

Risultati della ricerca Progetto TRAMA

Metodologia e analisi

Sommario

1. Introduzione	3
2. Analisi della letteratura dei dati secondari	6
3. Quadro concettuale	18
4. Approccio metodologico	25
5. Progettazione del campionamento	31
6. Discussione e analisi dei dati primari	36
7. Conclusioni	84
8. Riferimenti	88
9. Appendici	92

1. Introduzione

Questo rapporto di ricerca dettaglia la ricerca condotta in due fasi, prima attraverso dati secondari e poi attraverso una ricerca primaria di casi di studio con l'uso di questionari autosomministrati condotti nell'ambito di R1 - Curriculum e Job Profile. L'obiettivo di R1 è quello di condurre ricerche e analisi approfondite sulla catena del valore della moda e identificare casi di studio e best practice relative a case di moda e marchi e alle loro attuali catene del valore e alle loro esigenze, in particolare nell'ambito dell'economia circolare.

1. Il nostro obiettivo è quello di formare i Responsabili del settore privato e/o pubblico responsabili degli appalti, della gestione della catena di approvvigionamento, degli acquirenti, ecc. a non acquistare prodotti o servizi che violano i diritti umani o inquinano l'ambiente
2. Il nostro obiettivo è quello di promuovere le migliori pratiche nell'ambito dell'industria della moda e del tessile e/o dell'approvvigionamento di abbigliamento, calzature, tessuti e pelli da parte di aziende del settore pubblico o privato che sono riuscite ad agire su questi rischi attraverso metodi e pratiche etiche e sostenibili dal punto di vista ambientale e trasparenti
3. Il nostro obiettivo è quello di identificare le competenze necessarie e i processi seguiti per raggiungere il punto di cui sopra.

L'Intellectual Output R1 fa parte della fase di ricerca che per noi è stata dannosa al fine di creare un contenuto appropriato e utile di un programma di formazione che rispondesse ai suoi obiettivi. Attraverso le attività preliminari abbiamo identificato gli attori chiave dell'ecosistema delle imprese di moda trasparenti in ogni paese partner e nei principali paesi europei. Abbiamo creato un foglio excel e fatto un'analisi della situazione e una ricerca su questi attori chiave. Tutti questi dati sono stati presentati da ciascun partner durante l'evento di lancio ad Atene.

Durante il kick off, abbiamo organizzato un workshop di apprendimento basato sul design thinking action con i principali stakeholder della comunità della moda etica ad Atene, tra cui designer etici, professionisti etici, consulenti, educatori e rappresentanti di organizzazioni non profit. Questo ci ha aiutato a interagire con il nostro gruppo target locale, a reclutare partecipanti per il nostro programma di formazione e a sostenere e ambasciare TRAMA. Ancora di più, però, questo ci ha aiutato a identificare il modo in cui gli imprenditori della moda gestiscono le loro catene di approvvigionamento per ottenere catene di approvvigionamento etiche, verdi, trasparenti e tracciabili. Siamo anche riusciti a capire quali sono le esigenze e le competenze dei responsabili della supply chain, le loro principali sfide e la loro piattaforma di formazione preferita.

I risultati di queste attività ci hanno aiutato a comprendere i nostri Obiettivi di Ricerca e Formazione, che sono stati via via co-progettati nelle aree di Conoscenza di TRAMA. Le aree tematiche erano in realtà interconnesse e interconnesse e dovevano essere perseguite simultaneamente attraverso gli stessi mezzi di ricerca. Abbiamo esaminato la letteratura pertinente sulla gestione della catena di approvvigionamento e sulle competenze aziendali di due diligence e abbiamo creato il nostro quadro di ricerca concettuale sia per i costrutti che per le entità.

Dopo aver progettato il nostro quadro concettuale, abbiamo deciso di fare una ricerca approfondita sulle migliori pratiche delle imprese di moda trasparenti nei nostri paesi per vedere come si ottiene una gestione trasparente della catena di approvvigionamento e quali sono le competenze aziendali che contribuiscono al successo delle prestazioni nella realizzazione di catene di approvvigionamento sociali, ambientali, etiche, verdi, trasparenti e tracciabili. Abbiamo selezionato le nostre organizzazioni di casi in base ai nostri specifici criteri di selezione; Ne abbiamo scelti due per paese e abbiamo eseguito più interviste, osservazioni, raccolto fotografie e esaminato i loro file e dati aziendali. Abbiamo eseguito un'analisi approfondita attraverso l'induzione analitica, la codifica multilivello e la categorizzazione degli elementi. Sulla base dei risultati del nostro studio qualitativo, abbiamo progettato il nostro questionario di indagine. I risultati del nostro studio qualitativo esplorativo sono stati sufficienti per progettare il contenuto del programma di formazione R2 e del manuale R3 per i formatori.

2. Analisi della letteratura dei dati secondari

2.1. Introduzione

"Non c'è bellezza senza verità e non c'è verità senza trasparenza", Carry Somers Founder e Global Operations Director Fashion Revolution (Fashion Transparency Index, 2019).

La collisione tra grandi crisi e shock economici negli ultimi anni ha avuto un impatto su ogni parte dell'economia e della società dell'UE e ci ha costretto a mettere in discussione i presupposti, a ripensare il nostro modello economico. La situazione geopolitica con l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, la pandemia e la ripresa, l'urgente necessità di rispondere alle crisi climatiche e della biodiversità hanno portato a mettere nuovamente a dura prova il modo in cui possiamo aumentare il benessere dei nostri cittadini e garantire una crescita sostenibile attraverso un migliore utilizzo delle risorse e dei materiali che compongono i prodotti che utilizziamo ogni giorno, oltre a migliorare i prodotti stessi. Facendo in modo che i prodotti consumino meno energia, utilizzandoli in modo più efficiente e più a lungo, affidandosi a materiali riciclati anziché a materie prime primarie e diffondendo modelli economici circolari all'avanguardia, possiamo disaccoppiare la nostra crescita economica dall'uso delle risorse naturali e dal degrado ambientale. Promuovendo un approccio armonizzato a livello dell'UE, possiamo stimolare la competitività, creare nuove opportunità commerciali e posti di lavoro, promuovere l'inverdimento del mercato unico in linea con l'agenda per la crescita sostenibile del Green Deal europeo, consentire ai consumatori di risparmiare sui costi e rendere l'economia dell'UE più resiliente alle perturbazioni nelle catene del valore globali integrate. Inoltre, contribuirà in modo decisivo al conseguimento della neutralità climatica entro il 2050, all'arresto della perdita di biodiversità e al raggiungimento della nostra ambizione di azzerare l'inquinamento (proposta dall'UE di regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili, 2022).

2.2. Il contesto europeo e l'importanza di questo studio

Secondo la strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari (marzo 2022) nell'UE, il settore tessile e dell'abbigliamento è economicamente significativo e può svolgere un ruolo di primo piano nell'economia circolare. Comprende più di 160.000 aziende e impiega 1,5 milioni di persone, generando un fatturato di 162 miliardi di euro nel 2019. Si prevede che il consumo di abbigliamento e calzature aumenterà del 63% entro il 2030, il tessile rappresenta in media il quarto più alto impatto negativo sull'ambiente e sul cambiamento climatico e il terzo più alto per l'uso dell'acqua e del suolo in una prospettiva globale del ciclo di vita. Una delle principali fonti di rilascio involontario di inquinamento da microplastiche sono i tessuti in fibre sintetiche. Si stima che circa il 60% delle fibre utilizzate nell'abbigliamento siano sintetiche, prevalentemente poliestere, e questa quantità è in crescita. Ogni anno nell'UE vengono scartati circa 5,8 milioni di tonnellate di prodotti tessili,

circa 11 kg a persona, e ogni secondo in qualche parte del mondo un camion carico di prodotti tessili viene smaltito in discarica o incenerito. La produzione e il consumo di prodotti tessili continuano a crescere, così come il loro impatto sul clima, sul consumo di acqua ed energia e sull'ambiente. La transizione del settore tessile è lenta e l'impronta ambientale e climatica rimane elevata. Questi impatti negativi affondano le loro radici nel prevalente modello economico lineare basato sul prendere, produrre, smaltire, che è caratterizzato da bassi tassi di utilizzo, riutilizzo, riparazione e riciclo fibra-fibra dei tessuti, e che spesso non pone la qualità, la durabilità e la riciclabilità come priorità per la progettazione e la produzione di abbigliamento. La dispersione di microplastiche da tessuti sintetici e calzature durante tutte le fasi del loro ciclo di vita aumenta ulteriormente l'impatto ambientale del settore. "Il mondo esaurirà molte risorse naturali nel prossimo futuro se non ci sarà un cambiamento nel modo in cui i prodotti vengono reperiti, prodotti, consegnati, utilizzati, recuperati e rigenerati" (Hazen et al., 2017).

La strategia dell'UE riconosce che la complessa e diversificata catena del valore tessile globale si trova anche ad affrontare sfide sociali, in parte dovute alle pressioni per ridurre al minimo i costi di produzione per soddisfare la domanda dei consumatori di prodotti a prezzi accessibili. Il lavoro minorile nell'industria dell'abbigliamento è una grave fonte di preoccupazione. Poiché le donne costituiscono la maggior parte della forza lavoro tessile a basso salario e non qualificata, il miglioramento della sostenibilità della catena di approvvigionamento ha anche un'importante dimensione di parità di genere. L'industria tessile ha il potenziale per promuovere l'uguaglianza di genere, poiché si stima che il 75% dei lavoratori tessili globali sia costituito da donne (SWD, 2017).

La produzione dell'abbigliamento segue numerose fasi prima di raggiungere i punti vendita (coltivazioni di cotone, coltivazione, filatura di filati, tintura di tessuti, cucitura, confezionamento, spedizione, emissioni in atmosfera da varie fasi della filiera, utilizzatore finale). Il vero costo ambientale e sociale è elevato. Tuttavia, alcuni marchi ora vendono i loro vestiti per un minimo di una tazza di caffè. Viviamo in un'emergenza climatica e il settore della moda e del tessile è uno dei settori più inquinanti e dispendiosi. Il settore continua a mancare di trasparenza, con un diffuso sfruttamento delle persone che lavorano nella catena di approvvigionamento. Mai prima d'ora ci sono state così tante persone sul pianeta in schiavitù e la moda è un fattore chiave di questa realtà. I marchi e i rivenditori non si stanno ancora assumendo abbastanza responsabilità per la retribuzione e le condizioni di lavoro nelle loro fabbriche, l'impatto ambientale dei materiali che utilizzano o il modo in cui i prodotti che realizzano influenzano la salute delle persone, degli animali e del nostro pianeta vivente. I capi sono realizzati con materiali e processi che richiedono l'estrazione di risorse naturali non rinnovabili e producono notevoli impatti ambientali negativi.

Settantacinque (75) milioni di persone lavorano direttamente nell'industria della moda e del tessile, circa l'80% di loro sono donne. Molti sono soggetti a sfruttamento, abusi verbali e fisici, lavorano in condizioni non sicure, con una paga molto bassa. La moda è la seconda industria della schiavitù moderna. In Grecia, secondo una ricerca preliminare condotta dall'autore di questo studio, la produzione di abbigliamento è ad alto rischio di sfruttamento lavorativo. I marchi pagano in media 1e-1.8e per capo; ci sono sarti greci, per lo più donne, che lavorano nelle fabbriche e sono pagati 4 centesimi al giorno; ci sono migranti minori non accompagnati e rifugiati rinchiusi nelle fabbriche in Grecia che lavorano in condizioni di schiavitù e che vengono pagati 20 centesimi al mese, senza libertà di mobilità, e i loro documenti vengono trattenuti. (Fotiadi, 2019)

La tratta di esseri umani è un crimine grave e odioso che viola la dignità umana e che si ritrova nella produzione di beni e nella fornitura di servizi che consumiamo quotidianamente. Nel 2016, 40,3 milioni di persone vivevano in schiavitù moderna. Esiste in ogni angolo del mondo, eppure è apparentemente invisibile alla maggior parte delle persone. Risolvere questo problema richiede una vigilanza e un'azione costanti (Global Slavery Index, 2018).

Ventiquattro virgola nove (24,9) milioni di persone lavorano in condizioni di schiavitù moderna. Uno (1) su quattro (4) sono bambini. Età media di riduzione in schiavitù 12 anni. Si stima che 2 miliardi di lavoratori informali in tutto il mondo non dispongano di protezioni di base in materia di lavoro, sociali e sanitarie. Il valore dei prodotti a rischio di tratta di esseri umani importati dal G20 è di 354 miliardi di dollari; i primi cinque prodotti a rischio di traffico di esseri umani importati dal G20 sono: 1) laptop, computer e smartphone con un valore di 200,1 miliardi di dollari, 2) abbigliamento con 127,7 miliardi di dollari, 3) pesce 20,9 miliardi di dollari, 4) cioccolato 3,6 miliardi di dollari e 5) zucchero con 2,1 miliardi di dollari.

A livello globale, 218 milioni di bambini tra i 5 e i 17 anni sono in condizioni di lavoro. Di questi, 152 milioni sono vittime del lavoro minorile e 73 milioni lavorano in condizioni pericolose.

L'Europa ha 1.243.400 persone in schiavitù. La Grecia è al 2° posto nella lista europea con il 7,9/1000% della popolazione che vive in schiavitù, circa 89.000 persone. La Grecia è conosciuta come "il centro della tratta di esseri umani in Europa", in quanto è un Paese che, per la sua posizione geografica, è l'ingresso nell'Unione europea e rappresenta il 90 per cento dei casi di immigrazione clandestina in Europa. (Indice globale della schiavitù, 2018).

Secondo lo speciale Eurobarometro pubblicato nel marzo 2020, che rivela i risultati di una ricerca condotta nel dicembre 2019, il 94% delle persone ritiene che la protezione

dell'ambiente sia importante per loro personalmente, mentre il 76% ritiene che il cambiamento climatico sia un problema molto serio nel proprio paese. In Grecia, questi numeri sono pari rispettivamente al 70% e all'82%. In particolare per quanto riguarda l'industria dell'abbigliamento, l'82% dei cittadini europei ritiene che non vi siano sufficienti informazioni sui problemi ambientali e sulle condizioni di lavoro legate all'abbigliamento, mentre questa percentuale per la Grecia sale al 92% degli intervistati.

Secondo il Fashion Revolution Consumer Survey 2018, più di una persona su tre ha dichiarato di considerare l'impatto sociale e ambientale quando acquista vestiti. L'84% degli intervistati ha affermato che i marchi di moda dovrebbero affrontare la povertà globale. L'85% ha affermato che i marchi di moda dovrebbero affrontare il cambiamento climatico. Il 72% del pubblico ha affermato che i marchi di moda dovrebbero fare di più per migliorare la vita delle donne che realizzano i loro prodotti. L'80% ha affermato che i marchi di moda dovrebbero rivelare i loro produttori. La maggior parte degli intervistati (68%) concorda sul fatto che il governo ha un ruolo da svolgere nel garantire che l'abbigliamento sia prodotto in modo sostenibile. Tre quarti delle persone concordano sul fatto che i marchi di moda dovrebbero essere tenuti per legge a proteggere l'ambiente in ogni fase della produzione, il 77% concorda sul fatto che i marchi di moda dovrebbero essere tenuti per legge a rispettare i diritti umani di tutti coloro che sono coinvolti nella realizzazione dei loro prodotti.

2.3. Catene di approvvigionamento ed economia circolare

Una filiera della moda è una rete tra un'azienda e i suoi fornitori per produrre e distribuire un prodotto specifico all'acquirente finale. Questa rete comprende diverse attività, persone, entità, informazioni e risorse. La filiera della moda rappresenta anche i passaggi necessari per portare il prodotto dal suo stato originale al cliente. Le catene di approvvigionamento sono sviluppate dalle aziende in modo che possano ridurre i costi e rimanere competitive nel panorama aziendale. È importante capire come gestire la supply chain nel modo giusto. Una catena di approvvigionamento è la rete di tutti gli individui, le organizzazioni, le risorse, le attività e le tecnologie coinvolte nella creazione di beni e servizi. Comprende tutte le attività e i materiali che entrano in beni o servizi. Copre la produzione di materie prime, le fasi di fabbricazione, il trasporto, la consegna e lo smaltimento a fine vita. Include anche le attività di fornitori e subappaltatori (Morris, 2020).

Il Supply Chain Management (SCM) è la gestione del flusso di beni e servizi e comprende tutti i processi che trasformano le materie prime in prodotti finali. Implica la razionalizzazione attiva delle attività sul lato dell'offerta di un'azienda per massimizzare il valore per il cliente e ottenere un vantaggio competitivo sul mercato. SCM rappresenta uno sforzo da parte dei fornitori per sviluppare e implementare catene di approvvigionamento

che siano il più possibile efficienti ed economiche. Le catene di approvvigionamento coprono tutto, dalla produzione allo sviluppo del prodotto, fino ai sistemi informativi necessari per dirigere queste imprese. SCM si basa sull'idea che quasi tutti i prodotti che arrivano sul mercato sono il risultato degli sforzi delle varie organizzazioni che compongono una catena di approvvigionamento. Sebbene le catene di approvvigionamento esistano da secoli, la maggior parte delle aziende ha prestato attenzione ad esse solo di recente come valore aggiunto alle loro operazioni.

Il Green Deal europeo, il piano d'azione per l'economia circolare e la strategia industriale hanno individuato nel settore tessile un settore prioritario per spianare la strada a un'economia circolare e neutra in termini di emissioni di carbonio e una catena del valore dei prodotti chiave con un'urgente necessità e un forte potenziale per la transizione verso modelli di produzione, consumo e di business sostenibili e circolari. L'UE sta attuando il suo ambito di applicazione per la transizione verde e digitale del settore tessile e dell'abbigliamento europeo attraverso la strategia dell'UE per i tessili sostenibili e circolari, la proposta di regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili e la direttiva sul dovere di diligenza delle imprese ai fini della sostenibilità pubblicata nel marzo 2022, il percorso di transizione per l'ecosistema tessile. La visione della strategia tessile dell'UE prevede che entro il 2030 i prodotti tessili immessi sul mercato dell'UE siano longevi e riciclabili, in gran parte realizzati con fibre riciclate, privi di sostanze pericolose e prodotti nel rispetto dei diritti sociali e dell'ambiente. I consumatori beneficiano più a lungo di tessuti di alta qualità a prezzi accessibili, il fast fashion è fuori moda e i servizi di riutilizzo e riparazione economicamente redditizi sono ampiamente disponibili. In un settore tessile competitivo, resiliente e innovativo, i produttori si assumono la responsabilità dei loro prodotti lungo la catena del valore, anche quando diventano rifiuti. L'ecosistema tessile circolare è fiorente, trainato da capacità sufficienti per il riciclaggio innovativo da fibra a fibra, mentre l'incenerimento e il collocamento in discarica dei prodotti tessili sono ridotti al minimo. Il valore dei prodotti tessili viene mantenuto nell'economia il più a lungo possibile, riducendo la dipendenza dalle materie prime vergini.

La gestione circolare della catena di approvvigionamento è stata definita come: "le catene di approvvigionamento coordinate in avanti e indietro attraverso l'integrazione mirata dell'ecosistema aziendale per la creazione di valore da prodotti/servizi, sottoprodotti e flussi di rifiuti utili attraverso cicli di vita prolungati che migliorano la sostenibilità economica, sociale e ambientale delle organizzazioni" (Batista et al., 2018). Una catena di approvvigionamento circolare prevede che un'azienda riutilizzi o riutilizzi i rifiuti e i resi dei clienti per convertirli in prodotti nuovi o ricondizionati. Una catena di approvvigionamento circolare mira a ridurre al minimo l'uso di materie prime e a ridurre al minimo i materiali di

scarto. Una serie di concetti, come le catene di approvvigionamento sostenibili, le catene di approvvigionamento verdi, le catene di approvvigionamento ambientali e le catene di approvvigionamento a circuito chiuso, sono stati introdotti e utilizzati in modo intercambiabile. Il grafico sottostante mostra come una filiera lineare della moda crei dei loop, in diverse fasi, e si trasformi in una filiera circolare della moda.

Circolarità significa progettare prodotti, servizi e imprese in modo da garantire il flusso continuo delle risorse, con l'obiettivo di eliminare gli sprechi e creare sistemi più efficienti e sostenibili. È strettamente correlato alle idee di up-cycling e di economie a circuito chiuso, in cui le risorse vengono condivise e riutilizzate, eliminando la necessità di estrarre nuove risorse inutilmente. Creare prodotti fatti per durare, con materiali sicuri, riciclati e di provenienza più sostenibile (cioè, coltivati naturalmente, coltivati o creati con processi rinnovabili) che possono essere rimessi in circolo più volte. Catene di approvvigionamento circolari: sistemi di rifornimento che rimettono in circolo i prodotti e supportano i processi di produzione e i flussi di materiali circolari. Percorsi circolari del cliente: fornire modi accessibili per sperimentare e impegnarsi in una moda circolare in cui i prodotti vengono utilizzati di più, riparati, riutilizzati e riciclati.

2.4. Catene di approvvigionamento e approvvigionamento etici

Le risposte dei governi per identificare i rischi sulle importazioni, sugli appalti pubblici e sulle catene di approvvigionamento delle imprese sono fondamentali. I paesi che intraprendono più azioni sono: Stati Uniti, Regno Unito, Svezia, Paesi Bassi, Norvegia, Belgio, Spagna, Portogallo, Montenegro e Croazia. Secondo la valutazione della risposta del governo, la percentuale di riferimento della Grecia nelle catene di approvvigionamento è pari al 18,3%. Il punteggio totale per la Grecia è del 55,1% ottenendo un rating BB. I Paesi Bassi ottengono il punteggio più alto nella regione con il 75,2% di rating A, seguiti dal Regno Unito (71,5% BBB), dalla Svezia (68,7% BBB), dal Belgio (68,3% BBB), ecc.

Gli appalti pubblici si riferiscono al processo mediante il quale le autorità pubbliche, come i dipartimenti governativi o le autorità locali, acquistano lavori, beni o servizi dalle imprese. Ogni anno, oltre 250 000 autorità pubbliche nell'UE spendono circa il 14% del PIL per l'acquisto di servizi, lavori e forniture. In molti settori le autorità pubbliche possono essere i principali acquirenti, spesso inconsapevolmente, di merci contaminate. La natura ad alto rischio degli appalti pubblici è dovuta al fatto che sono collegati a molti mercati globali e alla natura nascosta di gran parte della forza lavoro di oggi, dove la schiavitù moderna è utilizzata come un modo brutale per abbassare i costi di produzione di beni e servizi. L'applicazione delle misure di salvaguardia della catena di approvvigionamento al potere

d'acquisto multimiliardario delle città e dei governi nazionali potrebbe contribuire a stabilire standard comuni per gli appalti etici.

Le aziende che utilizzano, consapevolmente o inconsapevolmente, le vittime della tratta di esseri umani per produrre beni e fornire servizi ai governi hanno un vantaggio competitivo sleale rispetto alle imprese che rispettano i diritti umani nelle loro operazioni. Pertanto, le autorità pubbliche dovrebbero creare condizioni di parità insistendo su catene di approvvigionamento prive di tratta di esseri umani per garantire che tutte le imprese rispettino le stesse regole e che non vi sia alcun vantaggio sleale per le imprese che sfruttano le vittime della tratta di esseri umani.

Nel giugno 2013, il Consiglio dei diritti umani ha adottato una risoluzione che invita gli Stati e le imprese a combattere la tratta di esseri umani, anche nelle catene di approvvigionamento. La Convenzione del Consiglio d'Europa sulla lotta contro la tratta di esseri umani inquadra la tratta di esseri umani come una violazione dei diritti umani e chiede una migliore protezione delle vittime. Convenzione europea dei diritti dell'uomo, art. 4 par. 2. vieta il lavoro forzato. La direttiva anti-tratta dell'UE 2011/36/UE impone agli Stati di scoraggiare la domanda che incoraggia la tratta. L'UE si è impegnata: *"Lottare contro la tratta di esseri umani nell'UE per tutte le forme di sfruttamento, compreso lo sfruttamento lavorativo e tutte le forme di tratta di minori"* (Consiglio d'Europa, 18 maggio 2017). Il 4 dicembre 2017 la Commissione europea ("CE") ha adottato una comunicazione che impone agli Stati membri di intensificare il processo di "smantellamento del modello imprenditoriale e di smantellamento della catena della tratta".

La risoluzione del Parlamento europeo del 5 luglio 2016 sulla lotta contro la tratta di esseri umani nelle relazioni esterne dell'UE chiede direttamente il dialogo e i partenariati multilaterali per riunire le imprese, esperti in materia di lotta alla tratta di esseri umani, per realizzare azioni congiunte contro la tratta di esseri umani, e che *"l'UE e gli Stati membri si impegnino attivamente con le imprese nazionali e internazionali per garantire che i loro prodotti lungo l'intera catena di approvvigionamento siano liberi dallo sfruttamento e per responsabili della tratta di esseri umani che si verifica in qualsiasi punto della loro catena di approvvigionamento, anche per le società affiliate e i subappaltatori"*.

Norme internazionali quali i Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani, i Principi del Global Compact delle Nazioni Unite, la Dichiarazione tripartita di principi dell'OIL sulle politiche sociali, gli impegni dell'OSCE contro la tratta di esseri umani e le linee guida dell'OCSE. Il Protocollo delle Nazioni Unite per prevenire, reprimere e punire la tratta di persone, in particolare donne e bambini, addizionale alla Convenzione delle Nazioni Unite

contro la criminalità organizzata transnazionale del 2000 ("UNTOC") (il "Protocollo di Palermo" [/ "Protocollo delle Nazioni Unite sulla tratta"]) richiede agli Stati di scoraggiare la domanda che favorisce tutte le forme di sfruttamento e di stabilire la responsabilità penale per i reati relativi alla tratta di esseri umani. Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) per il 2030 prevedono la fine del lavoro forzato entro il 2030. La sessione del Forum delle Nazioni Unite per le imprese e i diritti umani di novembre 2018 si è concentrata sugli appalti come leva per il dovere di diligenza in materia di diritti umani in relazione all'SDG 12.7. Le nuove direttive dell'UE del 2014 sugli appalti pubblici confermano che i criteri sociali possono e devono essere utilizzati negli appalti pubblici.

Ci si aspetta che gli appaltatori siano impegnati, proattivi e disponibili nei loro sforzi per affrontare e ridurre il rischio di tratta di esseri umani nelle loro operazioni e catene di approvvigionamento. Allo stesso tempo, si riconosce che non tutti gli appaltatori si trovano in una situazione simile e alcuni, come quelli con grandi catene di approvvigionamento, possono affrontare più sfide di altri nell'adempiere alle proprie responsabilità. Inoltre, non tutti i rischi hanno lo stesso impatto. Dichiarato dagli Stati Uniti, il Comitato per gli appalti e le catene di approvvigionamento, del Senior Policy Operating Group della task force inter-agenzia del Presidente per monitorare e combattere la tratta di persone ("il Comitato SPOG"). Le misure di salvaguardia delle pratiche di gestione del rischio sono state in gran parte modellate su pratiche di successo nel settore privato per aumentare la stabilità e la produttività all'interno della forza lavoro, tra cui un programma di sensibilizzazione dei dipendenti, una hotline, un piano di reclutamento e salario, un piano abitativo (Mayock et al, 2016).

L'Istituto danese per i diritti umani ha pubblicato un kit di strumenti (Morris, 2020) per consentire ai responsabili delle politiche in materia di appalti pubblici, agli acquirenti e ai responsabili degli appalti di attuare i requisiti per promuovere il rispetto dei diritti umani da parte dei loro fornitori.

Il ciclo degli appalti pubblici è costituito dalla pianificazione degli appalti, dal processo di approvvigionamento e dalla gestione dei contratti. Il Toolkit evidenzia come i requisiti che i fornitori rispettino i diritti umani possano essere incorporati nelle diverse fasi del ciclo di approvvigionamento. La portata dei beni e dei servizi acquistati dalle autorità pubbliche varia ampiamente, dalle infrastrutture su larga scala e dai progetti di sviluppo urbano, all'acquisizione di beni complessi come i sistemi d'arma, alla messa in servizio di servizi pubblici essenziali nel settore sanitario e dell'assistenza sociale, fino all'acquisto di beni comuni come cancelleria, mobili e prodotti alimentari. Questo toolkit evidenzia come i

requisiti in materia di diritti umani possano essere integrati nella maggior parte degli esercizi di appalto.

Data la variabilità tra i regimi nazionali in materia di appalti pubblici, il kit di strumenti delinea un approccio generale destinato ad essere pertinente ai diversi contesti giuridici e di mercato. Tuttavia, le leggi e le politiche nazionali in materia di appalti pubblici possono limitare l'applicabilità diretta di alcuni degli approcci delineati nel presente kit di strumenti o, d'altro canto, possono richiedere requisiti più rigorosi. Pertanto, i suggerimenti delineati in questo kit di strumenti dovrebbero essere adattati dagli utenti per garantirne l'allineamento con le leggi e le politiche nazionali. Inoltre, l'adattamento al contesto locale dovrebbe essere informato da una valutazione degli attuali livelli di conoscenza, capacità e bilancio all'interno della funzione di approvvigionamento (Morris, 2020).

2.5. Indice di trasparenza della moda

Fashion Revolution pubblica dal 2016 l'annuale Fashion Transparency Index (Ditty, 2020) che esamina e classifica 250 dei più grandi marchi e rivenditori di moda globali in base a quanto rivelano sulle loro politiche, pratiche e impatto sociale e ambientale. I marchi sono scelti sulla base del loro fatturato annuo, superiore a 400 milioni di dollari e rappresentano una varietà di segmenti di mercato, tra cui high street, lusso, abbigliamento sportivo, accessori, calzature e denim provenienti da Europa, Nord America, Sud America, Asia e Africa. FTI è stato progettato per dare uno sguardo illustrativo su quanto i marchi conoscano e condividano i diritti umani e gli impatti ambientali lungo le loro catene del valore. Il Fashion Transparency Index esamina le informazioni/i dati divulgati pubblicamente sulle politiche, le procedure, le prestazioni e i progressi dei principali marchi in materia di diritti umani e questioni ambientali lungo tutta la catena del valore.

L'FTI si concentra in particolare sulla trasparenza attraverso la divulgazione pubblica e non su tutto ciò che i marchi e i rivenditori stanno facendo internamente e dietro le quinte nelle loro aziende e catene di approvvigionamento. Non offre un'analisi approfondita del contenuto, della qualità, dell'autenticità o dell'accuratezza delle politiche, delle procedure, delle prestazioni e dei progressi dei marchi in una determinata area. La verifica delle affermazioni fatte da marchi e rivenditori esula dallo scopo di questa ricerca. La metodologia fornisce approfondimenti che: rivelano modelli di divulgazione trasparente; Identificare i temi e le tendenze emergenti nella trasparenza del settore; Consenti a chiunque di vedere a che punto sono i marchi in termini di trasparenza rispetto ai loro pari; Può essere utilizzato come confronto anno su anno per tenere traccia dei progressi nel tempo.

L'indice FTI è costituito dalle seguenti sezioni ed elementi per le valutazioni:



1. POLITICA & IMPEGNI

- 1.1. Quali sono le politiche dell'azienda in materia di diritti umani e ambiente?
- 1.2. Quali sono le politiche dell'azienda in materia di diritti umani e standard ambientali lungo tutta la catena di approvvigionamento? (ad es. Codice di condotta, Condizioni di incarico, Guida per i fornitori)
- 1.3. Pubblica le procedure di gestione dei diritti umani e dell'ambiente dell'azienda (ad esempio, il modo in cui l'azienda sta mettendo in atto le sue politiche 1.1 e 1.2; il semplice controllo della conformità non è sufficiente per ottenere punti)
- 1.4. Pubblica un piano strategico per il progressivo miglioramento dei diritti umani e degli impatti ambientali (ad es. roadmap o documento di visione)
- 1.5. Pubblica un rapporto annuale sulla sostenibilità o sulla responsabilità sociale d'impresa che viene verificato o verificato da una terza parte indipendente. Relazioni pubblicate dopo gennaio 2019

2. GOVERNANCE

- 2.1. Divulga pubblicamente i dettagli di contatto del dipartimento, l'azienda responsabile dei diritti umani e delle questioni ambientali
- 2.2. Rende pubblico il membro del Consiglio di amministrazione o del comitato del Consiglio di amministrazione dell'azienda responsabile per i diritti umani e le questioni ambientali
- 2.3. Riconosce pubblicamente come l'azienda dia priorità al denaro speso per la gestione e l'implementazione di attività di CSR e sostenibilità
- 2.4. Pubblica il modo in cui l'azienda incorpora i diritti umani e le prestazioni ambientali nelle pratiche di acquisto

3. TRACCIABILITÀ

- 3.1. Pubblica fabbriche di primo livello (rapporto diretto con l'acquirente, ad es. unità di produzione, impianti Cut Make Trim (CMT), cucitura dei capi, finissaggio dei capi, produzione di confezioni complete, imballaggio e stoccaggio)
- 3.2. Pubblica impianti di lavorazione (ad es. sgranatura e filatura, maglieria, tessitura, subappaltatori, tintoria e lavorazione a umido, conerie, ricamo, stampa, finissaggio tessuti, tintorie, lavanderie, ecc.)
- 3.3. Pubblica fornitori di materie prime come fibre, pelli, gomma, coloranti, metalli, ecc. (ad es. fornitori di materie prime, aziende agricole, macelli, fornitori di filati per cucire, filamenti e fiocco, fornitori di prodotti chimici, ecc.)



4. CONOSCERE, MOSTRARE E CORREGGERE

- 4.1. Know, Show & Fix: divulga pubblicamente i processi di due diligence sui diritti umani e sull'ambiente, i risultati e ciò che il marchio sta facendo per rimediare a eventuali problemi identificati. (Nota: l'audit di per sé non rappresenta un processo di due diligence.)
- 4.2. Sapere: Divulga pubblicamente il modo in cui l'azienda valuta l'attuazione delle sue politiche sulla catena di approvvigionamento (come descritto nella sezione 1.2) per struttura (ad es. in fabbriche, impianti di lavorazione e aziende agricole)
- 4.3. Mostra: divulga pubblicamente i risultati delle sue valutazioni a livello di struttura (ad es. presso fabbriche, impianti di lavorazione e aziende agricole)
- 4.4. Correzione: divulga pubblicamente la descrizione e lo stato del processo di correzione

5. PROBLEMI SOCIALI

- 5.1. Lavoro dignitoso e pratiche di acquisto
- 5.2. Uguaglianza di genere e razziale
- 5.3. Approvvigionamento e materiali sostenibili
- 5.4. Consumo eccessivo, spreco e circolarità
- 5.5. Acqua e prodotti chimici
- 5.6. Cambiamento climatico e biodiversità: Decarbonizzazione, deforestazione e rigenerazione, Emissioni di carbonio, Consumo di energia

Secondo il Fashion Revolution Transparency Index 2022:

- Il punteggio complessivo dei marchi è stato del 24%. Il 48% sta rivelando i propri produttori di primo livello
- Il 12% rivela informazioni sui propri fornitori di materie prime
- Il 32% rivela alcuni dei propri impianti di lavorazione
- Il 31% comunica l'elenco dei fornitori
- Il 32% dichiara di aver messo in atto programmi permanenti di ritiro degli indumenti, il 22% rivela cosa succede ai vestiti ricevuti
- Il 36% ha pubblicato i propri progressi verso la riduzione dell'uso di plastica vergine per gli imballaggi, il 18% lo fa per i tessuti
- Il 62% dei grandi marchi pubblica la propria impronta di carbonio nei propri stabilimenti, il 34% divulga queste informazioni a livello di lavorazione e produzione e il 22% lo fa a livello di materie prime.

- Il brand italiano **OVS** ha ottenuto il punteggio più alto quest'anno con il 78%, **H&M** con il 68%, **Timberland** e **The North Face** con il 66%, **C&A** e **Vans** con il 65%, **Gildan** con il 63%, **Esprit** e **United Colors of Benetton** con il 60%, **Tommy Hilfiger**, **Calvin Klein** e **Van Heusen** con il 59% e **Gucci**, **Target Australia** e **Kmart Australia** al 56%

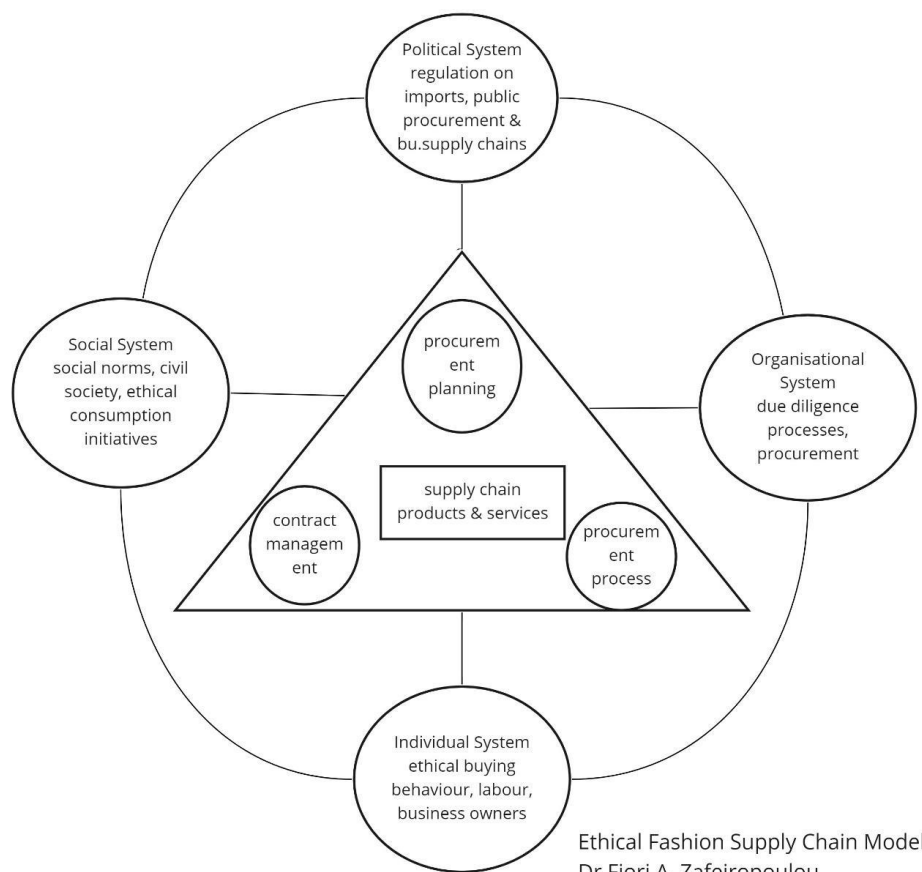
2.6. Conclusioni

Questo studio di ricerca indaga la questione della prevenzione dell'uso di prodotti e servizi tessili che sono stati realizzati attraverso la schiavitù moderna e attraverso processi di deterioramento climatico nell'industria della moda. Studia una serie di processi e procedure che i governi devono adottare. Raccomanda inoltre una serie di meccanismi e processi per l'approvvigionamento del settore privato e la gestione della catena di approvvigionamento. L'area di interesse è il settore della moda e del tessile in Europa. Lo studio adotta un approccio di teoria dei sistemi che esplora le dinamiche della sfera politica, organizzativa, sociale e individuale nella trasformazione in catene di approvvigionamento aziendali della moda sostenibili ed etiche. I risultati dello studio sono stati utilizzati per costruire le Aree di Conoscenza per il programma di formazione educativa per le attività di Procurement e Supply Chain Management, nonché il Quadro Concettuale sulla base del quale è stato progettato il programma Transparency Manager in the Fashion Industry. I risultati dello studio sono stati ulteriormente resi operativi attraverso la progettazione di un questionario per uno studio di ricerca primaria esplorativo per raccogliere dati primari dagli attori del settore che si rivolgono ai funzionari degli appalti e della catena di approvvigionamento nelle aziende private in Europa.

3. Quadro concettuale

3.1. Quadro concettuale

Figura 1: Modello di catena di approvvigionamento della moda sostenibile ed etica



3.2. Aree di conoscenza

Esigenze e sfide della Meditazione Trascendentale	Compiti della Meditazione Trascendentale	Abilità e competenze della Meditazione Trascendentale	Aree di conoscenza
Conoscenza delle principali tendenze globali e del loro impatto sui fornitori/clienti	Identificare i rischi e i controlli chiave, raccomandare controlli migliorati, eseguire progetti di preparazione ai controlli e identificare e valutare la configurazione dei controlli nei processi aziendali correlati al reporting, nonché nelle infrastrutture IT, nella sicurezza, nella gestione delle modifiche, nelle operazioni	Rischi, processi e controlli relativi all'informativa finanziaria e alle tecnologie dell'informazione	Conoscenze di base di Amministrazione/Gestione Aziendale, Approvvigionamento e Logistica, Moda
Rischi, processi e controlli relativi alla rendicontazione finanziaria e di approvvigionamento	Gestione e formazione del personale durante l'esecuzione di valutazioni per la valutazione dei controlli, della sicurezza e dell'esecuzione delle procedure di audit	Misurazione dell'impatto della catena del valore utilizzando l'FTindex	Tracciabilità e trasparenza
	Semplifica i processi complessi della supply chain	Capacità di semplificare processi complessi della supply chain	
	Contribuire al miglioramento continuo dei servizi		Controllo Qualità / Auditing + Gestione del Cambiamento
Consumo di energia	guidare lo sviluppo e l'attuazione di un approccio sistematico		
Ecologia	Proteggere dalle sostanze chimiche pericolose, dalla contaminazione del pianeta, dalla distorsione del clima dalla produzione o dall'agricoltura		

	Proteggere per i diritti degli animali		
	mettere le informazioni a disposizione del pubblico per incoraggiare la trasparenza e la responsabilità		
Verso catene del valore globali sostenibili	Creazione di partnership e reti commerciali sostenibili, condivisione della responsabilità		
rapporti con i sindacati	In che modo l'azienda garantisce che le rimozioni in materia di diritti umani e ambientali da parte di dipendenti e lavoratori siano rilevate e affrontate	comunicazione esterna e interna su trasformazione, educazione, influenza	
Produzione globale vs produzione locale	Guidare la fornitura di formazione e consulenza ai funzionari interni e ai membri dei fornitori su casi più complessi	Comunica ai tuoi consumatori e al pubblico ciò che fai	
	Mantenere la consapevolezza del protocollo/politica sull'uguaglianza e la diversità e lavorare per creare e mantenere un ambiente sicuro e solidale in cui tutte le persone e il loro lavoro siano trattati con dignità, equità e rispetto.	Conoscenza del codice etico aziendale e di condotta aziendale	Conoscenza del codice etico aziendale e di condotta aziendale
	Rispettare i codici di condotta pertinenti, compresi il codice di condotta e le politiche in materia di salute e sicurezza	Forte proprietà e processo decisionale	
	Salari minimi di sussistenza		
	Parità di genere, Uguaglianza razziale,		I principi guida delle Nazioni Unite per le



	Pari opportunità, Parità di retribuzione	imprese e i diritti umani come quadro d'azione nelle catene di approvvigionamento tessili globali
approvvigionamento di materiali sostenibili e riciclati e con responsabilità del fine vita, raccogliere dai consumatori	Moda sostenibile: dalla produzione al consumo alternativo	Iniziative circolari
gestione dei rifiuti	Nuovi approcci di business e governance alla moda sostenibile: imparare dagli esperti	

1. **Esigenze e sfide della TM:** Conoscenza delle principali tendenze globali e del loro impatto sui fornitori/clienti.

Compiti: identificare i rischi e i controlli chiave, raccomandare controlli migliorati, eseguire progetti di preparazione ai controlli e identificare e valutare la configurazione dei controlli nei processi aziendali correlati alla reporting, nonché nelle infrastrutture IT, nella sicurezza, nella gestione delle modifiche e nelle operazioni.

Capacità e competenze: Rendicontazione finanziaria e rischi informatici, processi e controlli.

Area di conoscenza: Conoscenze di base di Amministrazione/Gestione Aziendale, Approvvigionamento e Logistica, Moda Competenze rilevanti.

Modulo: Sviluppo e implementazione di pratiche di trasparenza della moda: sviluppo e implementazione di pratiche di trasparenza, compreso l'uso di strumenti come audit, certificazioni e sistemi di tracciabilità.

2. **Esigenze e sfide della TM:** Rischi, processi e controlli relativi alla rendicontazione finanziaria e degli appalti.

Compiti: gestione e formazione del personale durante l'esecuzione di valutazioni per valutare i controlli, la sicurezza e l'esecuzione di procedure di audit. Semplifica i processi complessi della supply chain. Contribuire al miglioramento continuo dei servizi.

Abilità e competenze: Misurazione dell'impatto della catena del valore utilizzando l'FTindex. Capacità di semplificare processi complessi della supply chain.

Aree di conoscenza: Tracciabilità e Trasparenza, Controllo Qualità / Auditing + Gestione del Cambiamento.

Esigenze e sfide della MT: consumi energetici, Ecologia.

Compiti: guidare lo sviluppo e l'attuazione di un approccio sistematico, proteggere le sostanze chimiche pericolose, la contaminazione del pianeta, la distorsione del clima



dalla produzione o dall'agricoltura, proteggere i diritti degli animali.

Due moduli: Gestione dei dati per **la trasparenza della catena di approvvigionamento della moda:** imparare a raccogliere, analizzare e rendicontare dati e informazioni relativi alla trasparenza della catena di approvvigionamento, comprese le metriche di sostenibilità e gli indicatori di performance. **Miglioramento continuo della trasparenza e della sostenibilità della moda:** sviluppo di un processo per il miglioramento continuo della trasparenza e della sostenibilità della catena di approvvigionamento, compresa la definizione di obiettivi e la misurazione dei progressi.

3. **Bisogni e sfide della TM:** Verso catene del valore globali sostenibili, relazioni con i sindacati, produzione globale vs locale.

Compiti: rendere le informazioni disponibili al pubblico per incoraggiare la trasparenza e la responsabilità, creare partnership e reti commerciali sostenibili, condividere la responsabilità, come l'azienda garantisce che i diritti umani e le lamentele ambientali dei dipendenti e dei lavoratori siano catturati e affrontati, guidare la fornitura di formazione e consulenza ai funzionari interni e ai membri dei fornitori su casi più complessi.

Abilità e competenze: comunicazione esterna e interna sulla trasformazione, educazione, influenza, comunicazione di ciò che fai ai tuoi consumatori e al pubblico.

Due moduli: **Comunicazioni sulla trasparenza nel settore della moda:** capire come comunicare in modo efficace gli sforzi di trasparenza agli stakeholder interni ed esterni, inclusi clienti, investitori e ONG. **Collaborazione e networking: costruire relazioni per la trasparenza della moda: costruire relazioni** e networking con altre organizzazioni e gruppi industriali per condividere conoscenze e best practice.

4. **Compiti:** Mantenere una consapevolezza del protocollo/politica di uguaglianza e diversità e lavorare per creare e mantenere un ambiente sicuro e solidale in cui tutte le persone e il loro lavoro siano trattati con dignità, equità e rispetto. Rispettare i codici di condotta pertinenti, inclusi il codice di condotta e le politiche in materia di salute e sicurezza. Salario minimo di sussistenza, Parità di genere, Uguaglianza razziale, Pari opportunità, Parità di retribuzione.

Capacità e competenze: Conoscenza del codice etico aziendale e di condotta aziendale, Strong Ownership e Decision-making. Aree di conoscenza: Conoscenza del codice etico e di condotta aziendale dell'azienda, dei principi guida delle Nazioni Unite per le imprese e i diritti umani come quadro di riferimento per l'azione nelle catene di approvvigionamento tessili globali.

Due moduli: Introduzione alla trasparenza della catena di approvvigionamento **della moda: comprendere** l'importanza della trasparenza all'interno dell'industria della moda, compresi i vantaggi per le aziende, i consumatori e l'ambiente. I rischi e le sfide della

trasparenza della catena di approvvigionamento della moda: identificare e gestire i **rischi e le sfide relative alla trasparenza della catena di approvvigionamento**, come le violazioni dei diritti umani e gli impatti ambientali. Comprendere le tendenze legali e normative e gli eventuali requisiti relativi alla trasparenza della catena di fornitura.

5. **Esigenze e sfide della MT:** approvvigionamento di materiali sostenibili e riciclati e responsabilità del fine vita, raccolta dei rifiuti, gestione dei rifiuti, moda circolare, imballaggi sostenibili, materie prime di seconda mano, agricoltura rigenerativa e produzione.

Compiti: Moda sostenibile: dalla produzione al consumo alternativo, nuovi approcci di business e governance alla moda sostenibile: imparare dagli esperti.

Capacità e competenze: iniziative circolari.

Tre moduli: Comprendere la catena di approvvigionamento della moda: conoscere **la catena di approvvigionamento della moda**: storia e geografia, varie tipologie e il suo impatto sul nostro pianeta. Innovazione della catena di approvvigionamento: teniti aggiornato con le nuove tecnologie e le tendenze nella gestione della catena di approvvigionamento. **Fasi 1 e 2 della catena di approvvigionamento** della moda: conoscere le diverse fasi di una catena di approvvigionamento della moda, comprese le materie prime e l'approvvigionamento. **Fasi 3 e 4 della catena di** approvvigionamento della moda: Apprendimento delle diverse fasi di una catena di approvvigionamento della moda, inclusa la produzione e la distribuzione.

4. Approccio metodologico

4.1. Introduzione

Ci sono quattro caratteristiche principali nella ricerca qualitativa che abbiamo affrontato attraverso il nostro disegno di ricerca: controllo, replicazione, definizione operativa e verifica delle ipotesi. Controllo nel capire quali sono le cause delle nostre spiegazioni attraverso le nostre osservazioni. Cerchiamo di capire il perché delle catene di approvvigionamento trasparenti e il comportamento dei manager/funzionari all'interno di questo contesto. Abbiamo iniziato la nostra esplorazione ponendo una serie di domande di ricerca su "come, cosa, perché" e attraverso i nostri primi casi di studio e le interviste con i partecipanti, queste domande sono state eliminate e ristrette ad argomenti specifici. In secondo luogo, abbiamo affrontato la questione della replicabilità. Sebbene vari ricercatori considerino la replica degli studi importante o non importante; un'altra replica di uno studio è un'altra verità parziale aggiunta alla ricerca (Horseborough, 2003). In terzo luogo, la definizione operativa può essere definita come elementi che richiedono un insieme di processi per misurare questi elementi. Abbiamo considerato i seguenti elementi e li abbiamo descritti chiaramente nella nostra narrazione: qual è lo scopo dello studio attraverso i dati narrativi; l'approccio induttivo; la formazione di proposte di ricerca; revisione limitata della letteratura prima dei risultati; ambientazione naturalistica; Il nostro campionamento è stato mirato per una comprensione approfondita; la misurazione è avvenuta attraverso la narrazione; Il nostro progetto di ricerca è stato flessibile e ha ridotto al minimo i disturbi; raccolta dati attraverso interviste informali e raccolta di documenti; analisi dei dati attraverso l'induzione analitica di quanto detto nelle interviste; infine, l'interpretazione dei dati è speculativa ed esaminata su base continua (Morgan, 2007). Sia i dati primari che quelli secondari sono stati le fonti del nostro studio empirico: i dati primari sono stati raccolti da interviste, osservazioni, conversazioni e questionari autosomministrati. Mentre i dati secondari provenivano da molte fonti e in molte forme, per lo più dall'UE e dalle autorità centrali e locali greche sotto forma di relazioni, ricerche, legislazione, relazioni di valutazione, relazioni strategiche, programmi specifici, gare d'appalto pubbliche, relazioni organizzative delle nostre società di casi, siti web e altro.

Gli approcci con metodi misti sono stati utilizzati dalla maggior parte dei ricercatori negli studi aziendali e gestionali; La loro metodologia indica che i dati sono stati raccolti in più cicli di raccolta dati e da una variazione di fonti: osservazione partecipante, recupero di dati d'archivio, interviste approfondite e casi di studio. Il disegno del metodo misto consente a ciascuna metodologia di mirare a prospettive diverse sull'obiettivo dello studio, affrontando così diverse indagini. Come si può sostenere, una delle differenze tra realismo e pragmatismo è che il primo cerca di ragionare sul perché le cose sono come sono, mentre il secondo accetta le cose come sono e le esamina. L'uso di un mix di metodi aiuta a garantire che i punti deboli e ciechi di un approccio siano compensati dai punti di forza di uno o più

altri approcci (Saunders et al, 2009). La fiducia nelle conclusioni è maggiore quando approcci diversi hanno prodotto risultati simili. L'uso del nostro disegno di ricerca misto è un approccio più pragmatico a seconda del problema che stiamo ricercando, delle nostre competenze, preferenze e risorse disponibili (Curran e Blackburn, 2001). Il pluralismo epistemologico e metodologico è una soluzione al dibattito tra i due paradigmi di ricerca per molti ricercatori di piccole imprese. Non stiamo semplicemente mescolando grossolanamente due, al contrario, costruire interpretazioni e spiegazioni che combinino i risultati dei due paradigmi è più difficile che quando si impiega un unico paradigma. Sugeriamo l'uso di metodi qualitativi per esplorare il significato e quindi confermare o convalidare i risultati con uno studio quantitativo (Crotty, 1998; Curran e Blackburn, 2001; Saunders et al, 2009).

4.2. Condurre una ricerca qualitativa

Le interviste sono più efficaci quando si attingono dati relazionali in quanto aiutano a stabilire la fiducia (Sloane e O'Reilly, 2013). Le interviste sono aumentate in focus e profondità nel corso del periodo a causa della natura interattiva e cumulativa del lavoro sul campo.

Durante tutta la fase di intervista abbiamo utilizzato una strategia di confronto per confrontare gli informatori e individuare punti essenziali di sinergia o contrasto. Durante tutto il processo abbiamo perfezionato i temi emergenti e abbiamo chiesto agli intervistati di commentare questi nuovi temi. Quindi le domande che abbiamo posto si sono sviluppate nel tempo seguendo un protocollo che si stava sviluppando parallelamente al progetto di ricerca. L'uso di partecipanti esterni a cui è stato chiesto di dichiarare ciò che sapevano su specifiche imprese e pratiche di rete e di fare riferimento ad altri imprenditori ha alleviato i potenziali pregiudizi degli intervistati e ci ha permesso di trarre più significato dai dati. Inoltre, per evitare pregiudizi, abbiamo garantito l'anonimato e che l'uso di questi dati fosse strettamente accademico e non sarebbe stato distribuito alle autorità greche. Parallelamente, raccoglievamo vari tipi di dati secondari, come rapporti online, piani strategici delle autorità, rapporti di ricerca e studi di valutazione, rapporti storici, documenti legali e politici. Questo ci ha fornito materiale cartaceo del contesto istituzionale, degli interventi e delle politiche. Quindi la triangolazione è stata compiuta per attribuire affidabilità ai nostri dati e convalidare i nostri risultati (Yin, 2008). Il processo che abbiamo seguito nel condurre il nostro studio empirico, noto come induzione analitica, è riportato anche in studi di ricerca simili (Battilana e Dorado, 2010; Mair, Battilana e Cardens 2012; Sharir e Lerner, 2006).

4.3. Metodologia della ricerca quantitativa

Seguendo il protocollo del 'tailored design' (Dillman, 1978, 2007) abbiamo sviluppato il questionario autosomministrato (vedi Appendice A) (Tomaskovic-Devey et al, 1994). Nel formulare le domande abbiamo affrontato questioni relative alle informazioni richieste, alla struttura e alla formulazione delle domande (Jankowicz, 2000). Abbiamo incluso principalmente domande a risposta chiusa con scelte ordinate che consentivano scelte aperte e nella sezione finale abbiamo aggiunto alcune domande a risposta aperta a cui hanno risposto solo pochi intervistati (vedi Appendice per il questionario completo). Abbiamo sempre offerto una scelta simile a "altro, non so". Secondo le ricerche esistenti sulle norme sociali e le alleanze abbiamo utilizzato scale di Likert a 5 punti (Brown et al, 2000; Dong-Jin, 1997; Kaufmann e Dant, 1992; Mavondo e Rodrigo, 2001; Mollering, 2003; Morgan e Hunt, 1994; Rotter, 1967; Whipple e Gentry, 2000). Abbiamo utilizzato sia la scala di valutazione ancorata al comportamento (BARS) - la variabile è valutata lungo una scala con punti di scala chiaramente definiti contenenti esempi di comportamenti specifici - sia la scala di osservazione comportamentale (BOS) - la variabile è valutata in termini di frequenza con cui vengono eseguiti comportamenti specifici (DeCotiis, 1977).

Per ottenere la validità abbiamo formato la nostra operazionalizzazione sulla base di studi di ricerca precedenti (Dubin, 1978) attraverso l'adattamento di scale o l'applicazione diretta; questa è stata anche la pratica di ricerche precedenti (Mavondo e Rodrigo, 2001). Poiché il nostro studio era uno studio pilota, abbiamo utilizzato diverse scale multi-item per le stesse variabili per verificarne il significato. Per verificare la validità empirica di un modello concettuale, le indagini devono essere eseguite in modo da determinarne l'accuratezza. Sono state incluse anche le variabili di controllo (Gulati, 1995b).

4.4. Protocollo di ricerca e linee guida per l'approccio ai casi

Poiché non tutti i partner possono avere esperienza nei metodi di ricerca scientifica, abbiamo preparato le domande che dovrebbero aiutare tutti noi a ottenere informazioni dettagliate che utilizziamo nella descrizione delle "migliori pratiche".

I partner condurranno interviste con un minimo di 10 organizzazioni selezionate tra 10 casi brevi. Per la scelta delle organizzazioni e dei rispondenti all'interno delle organizzazioni, consultare il capitolo 5. Progettazione del campionamento.

Non è facile ottenere l'accesso alle aziende, potrebbe essere necessario contattare prima i dipartimenti CSR o PR di queste aziende. Potrebbe anche essere necessario utilizzare riferimenti a queste società.

Si consiglia di registrare l'intervista – le citazioni saranno necessarie nel rapporto nazionale.

Come generare dati primari:

- Colloqui faccia a faccia si prega di fissare un appuntamento con i rappresentanti dell'organizzazione durata dell'intervista da 1 a 2 ore
- Osservazione, trascorri una giornata osservando l'organizzazione
- Raccogli foto e video dalla tua organizzazione di casi
- Dati secondari, raccogli e analizza i dati secondari dalle organizzazioni che si occupano di casi come siti web, relazioni organizzative, altro

La relazione dovrebbe essere consegnata attraverso i questionari condivisi.

4.5. Operazionalizzazione delle variabili

Il questionario della nostra indagine è stato progettato principalmente sulla base delle nostre variabili, ovvero le competenze imprenditoriali che sono già state identificate. Queste abilità sono state rese operative utilizzando le scale esistenti dalla letteratura. Abbiamo deciso di utilizzare scale di tipo likert a tre punti per avere risultati più robusti con l'opzione di una quarta scelta NA che non abbiamo misurato.

Altre questioni che abbiamo voluto approfondire sono le sfide che gli imprenditori della moda devono affrontare; ostacoli all'assunzione di persone appartenenti a gruppi svantaggiati; metodi preferiti per essere addestrati e altri sono stati progettati utilizzando formati di classificazione. Saranno utilizzati per l'analisi descrittiva e non saranno inclusi in alcuna analisi di regressione e correlazione.

4.6. Costruzione del questionario

I problemi successivi secondo il "metodo su misura" (1978, 2007) che abbiamo preso in considerazione nella costruzione del nostro questionario sono stati:

La formulazione della domanda; abbiamo formulato le nostre domande in modo da essere compresi in modo uniforme; non vago; per evitare distorsioni; per evitare domande ipotetiche; domande doppie o troppo impegnative (Rotter, 1967). Abbiamo usato istruzioni ed etichette in diversi colori. Per quanto riguarda la traduzione abbiamo utilizzato solo l'inglese. Come sottolinea Dillman (1978), l'effetto complessivo del questionario è molto importante perché aumenta la motivazione degli intervistati. L'utilizzo della piattaforma delle scimmie d'indagine ci ha aiutato a creare questionari a misura di rispondente (Dillman, 2007;

Robson, 2002), facile da compilare, con semplicità di progettazione e strutturato in modo da massimizzare la cooperazione. Si consiglia inoltre di utilizzare pagine colorate, colori diversi per le istruzioni. La prima pagina aveva soltanto la nostra lettera di copertura. Le prime domande erano facili da rispondere; Mettiamo anche al primo posto le cose più importanti e utili. Mettiamo nel mezzo le domande più difficili. Raggruppiamo anche domande che hanno contenuti simili. Poi li raggruppiamo in base ai formati di risposta, creiamo anche un senso di flusso logico e di continuità al questionario. Alla fine, sono state poste domande demografiche. Sono state incluse le transizioni alle sezioni successive.

È stata inoltre presa in considerazione la questione dello "scambio sociale" attraverso ricompense, per evitare costi per gli intervistati e creare fiducia. Abbiamo fornito come ricompensa tangibile una sponsorizzazione gratuita agli intervistati per frequentare i nostri corsi di formazione. Abbiamo anche espresso loro la loro importanza per il fatto che la ricerca fa parte di un campione accuratamente selezionato; utilizzando tecniche di personalizzazione consentite attraverso la piattaforma online; abbiamo espresso testualmente apprezzamento e chiesto il loro parere; studiamo l'utilità sociale degli studi; Infine sono state offerte altre ricompense tangibili offrendo loro la possibilità di scegliere di ricevere risultati. Per creare fiducia abbiamo fornito il logo della Commissione europea

Pre-collaud

Abbiamo condotto un pre-test con accademici e ricercatori di diversi campi, tra cui psicologia, economia, business e moda. Abbiamo incluso anche professionisti della moda. Sono stati sollevati alcuni punti molto importanti che sono stati tutti recepiti, come il cambiamento di formulazione e di gergo. Come già detto, le domande aperte hanno avuto raramente risposta, ma questa limitazione è stata affrontata attraverso la nostra ricerca qualitativa faccia a faccia.

5. Progettazione del campionamento

5.1. Introduzione

Nella ricerca qualitativa abbiamo utilizzato una tecnica di campionamento intenzionale. Stiamo quindi cercando di avere ricchezza nei nostri dati, e quindi il campione viene reclutato intenzionalmente (campionamento intenzionale) invece che casualmente, che era l'obiettivo di questa ricerca qualitativa (Teddlie e Tashakkori, 2006). Il motivo era che gli imprenditori potessero essere intervistati in modo specifico. Attraverso la tecnica di campionamento dell'informatore chiave abbiamo preso di mira le nostre unità. Nel selezionare gli intervistati all'interno di unità campionarie in studi sia quantitativi che qualitativi, abbiamo preso di mira, attraverso la tecnica intenzionale degli informatori chiave, i fondatori e i co-fondatori delle imprese, i progettisti e i collaboratori, i dipendenti e i manager; Perché queste persone hanno la conoscenza più profonda delle questioni su cui stiamo indagando. I problemi con il campionamento non probabilistico sono i seguenti: i risultati possono essere generalizzati solo alla popolazione da cui è stato prelevato il campione, i risultati possono essere specifici per le caratteristiche della popolazione, i risultati possono essere specifici per località e i risultati possono essere temporalmente specifici. Le fonti di errore nelle tecniche di indagine sono: errore di campionamento, errore relativo al campionamento, errore di raccolta dei dati ed errore di elaborazione dei dati. C'è anche l'errore del frame di campionamento, l'errore di campionamento casuale e l'errore di mancata risposta. Tutti questi aspetti sono stati affrontati nella sezione precedente sugli errori e i vincoli.

Utilizzando una varietà di risorse online e conversazioni con i principali stakeholder della moda sostenibile, abbiamo individuato 10 casi in ciascuno dei cinque paesi. Le norme per il campionamento teorico (Glaser & Strauss 1967) ci hanno portato a selezionare due casi per paese, portando a 50 casi in totale che mostravano una varietà nel tipo di attività e nei gruppi target. Abbiamo condotto un'intervista con i funzionari degli appalti di ogni impresa. Le interviste sono state condotte attraverso questionari autosomministrati in lingua inglese. Nell'ambito del framework, e complementare all'indagine, sono stati identificati una serie di casi studio, con l'obiettivo di approfondire i processi di co-creazione e collaborazione dei processi di gestione della supply chain della moda.

I criteri per la selezione dei casi di studio consistevano nel fatto che dovevano includere tutti gli elementi riportati di seguito per scegliere le organizzazioni che sono le migliori pratiche e che presentano gli elementi di:

- un processo di due diligence per la gestione delle catene di approvvigionamento, dei partner e/o dei subappaltatori e/o delle attività di approvvigionamento



- organizzazioni attive nel settore della moda (marchi, designer, rivenditori, e-shop) o altra natura analoga grande distribuzione nei settori dell'arredamento, dell'abbigliamento per la casa, della cosmetica.
- Ecco un elenco dei 250 rivenditori che hanno ottenuto un punteggio elevato nell'indice FTI pubblicato il 14 luglio 2022
<https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> le aziende che hanno ottenuto un punteggio elevato avranno un maggiore interesse a partecipare a questa ricerca
- ASSICURATI di scegliere aziende e intervistati/intervistati che possiedano le informazioni necessarie per fornire risposte credibili, affidabili e generalizzabili. Altrimenti rischiamo di raccogliere dati scadenti e privi di significato e quindi di creare un materiale didattico di scarso valore qualitativo.
- Se non riesci a raggiungere i 10 casi, contattaci per aiutarti. Puoi andare oltre la tua città, regione e paese per raccogliere dati. Puoi anche raccogliere dati da un'azienda internazionale, al di fuori dell'UE, se si tratta di un esempio migliore

È stato sviluppato un modello per avere la prima conversazione con i casi di studio selezionati ed è stato progettato un protocollo di ricerca, che ha ricordato il processo e le incidenze che hanno avuto luogo durante le interviste con gli stakeholder dei casi di studio selezionati.

Scelta dei rispondenti all'interno dell'organizzazione. Si prega di scegliere le persone dell'azienda che hanno le conoscenze per rispondere alle nostre domande di ricerca. Ci sono:

- Funzionari responsabili degli appalti
- Funzionari della gestione della catena di approvvigionamento
- Acquirenti

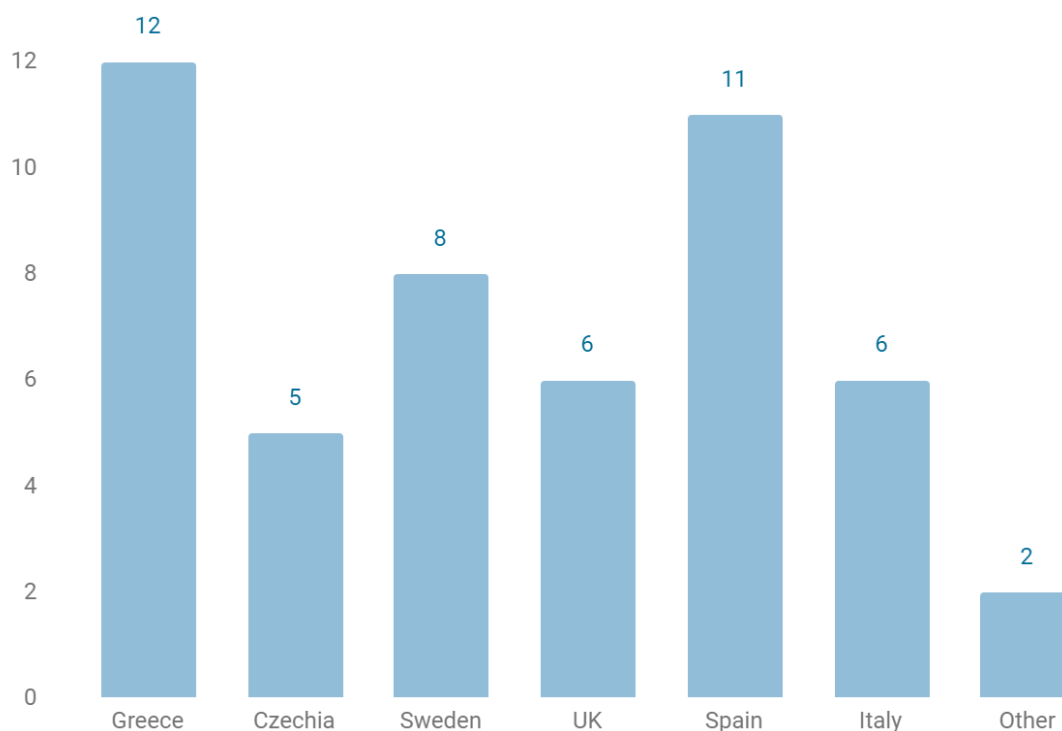
Oltre alla data di riferimento sul luogo, alla data, all'intervistatore, all'intervistato e all'eventuale registrazione, il protocollo chiedeva all'intervistatore di descrivere il processo di intervista utilizzando i seguenti aspetti:

- Atmosfera di conversazione: località, sentimento, comportamento dell'intervistato
- Stato mentale: Dell'intervistatore, dell'intervistato
- Rapporto: Relazione tra comunicatori
- Andamento della conversazione: Dinamica di sviluppo dell'intera intervista
- Interazioni: Fenomeni specifici tra comunicatori

- Particolarità: Di carattere generale
- Argomenti degni di nota: argomenti ignorati o evidenziati relativi a domande di ricerca e oltre
- Interferenze: Durante il colloquio

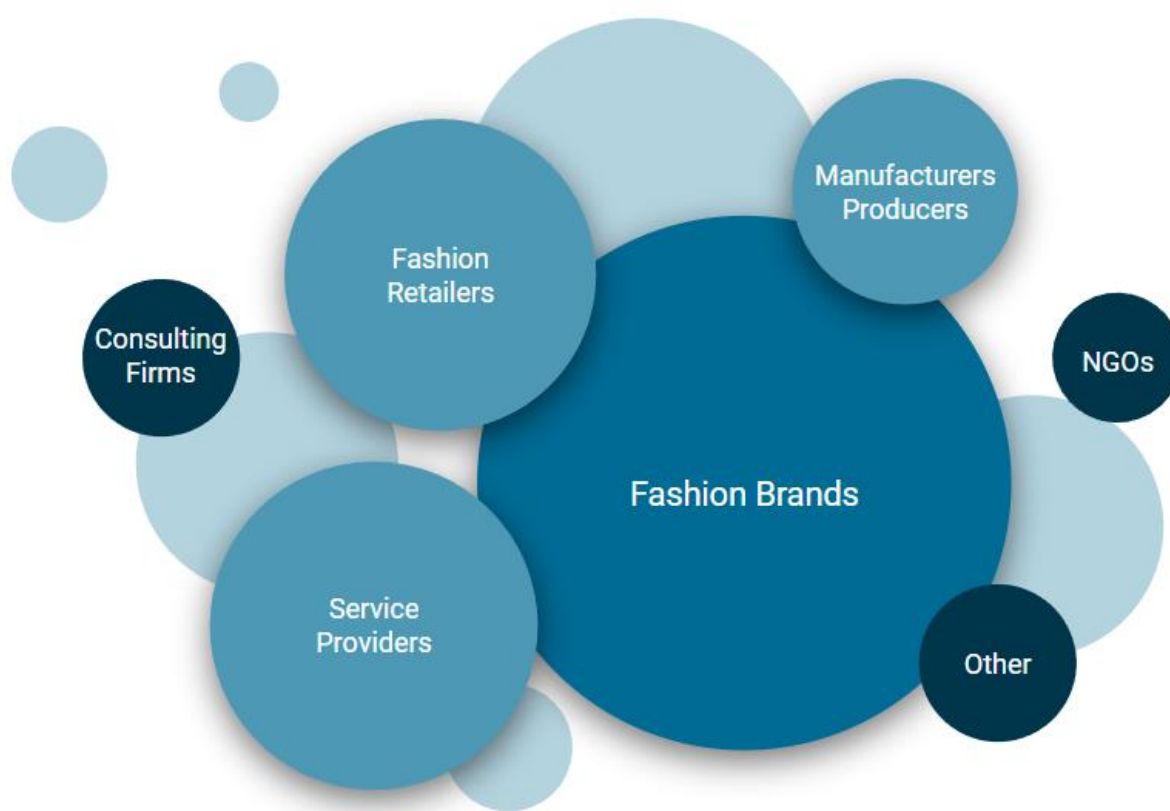
5.2. Rappresentazione geografica

Ogni organizzazione partner ha utilizzato le proprie connessioni e la propria rete nel settore della moda, dalle PMI alle grandi aziende, per creare un elenco di potenziali aziende e individui da intervistare. Gli intervistati sono stati selezionati da tutti i paesi partner e da altri paesi in cui i partner sono presenti.



5.3. Tipo di organizzazione

Al fine di comprendere le questioni più ampie che interessano l'intero settore, i partner hanno consultato un'ampia gamma di organizzazioni all'interno dell'industria della moda.



6. Discussione e analisi dei dati primari

6.1. Introduzione

L'analisi dei dati è stata condotta in fasi che ci hanno aiutato ad andare avanti e indietro ed evitare distorsioni analitiche premature.

In primo luogo, nella prima fase abbiamo presentato un resoconto narrativo dei nostri risultati ordinando la materia prima per unità sociale, incluse le citazioni. Per confermare la nostra comprensione, abbiamo controllato i resoconti con gli investigatori del gruppo degli opinion leader. Abbiamo utilizzato i dati di questi gruppi e di un'analisi d'archivio per supportare e bilanciare questi risultati. All'inizio abbiamo cercato di identificare i modelli contando la frequenza delle parole e delle frasi nei set di dati per vedere eventuali idee e temi ripetuti.

In secondo luogo, nella seconda fase, abbiamo identificato i temi e li abbiamo codificati. Utilizzando l'analisi del contenuto abbiamo prodotto categorie (variabili) dei nostri costrutti, non abbiamo utilizzato alcuna categorizzazione esistente da altre ricerche, consentendo così alle categorie di emergere dai nostri dati; Questo approccio di codifica aperta induttiva è appropriato per la costruzione di teorie; questi codici sono chiamati codici del primo ordine (Battilana e Dorado, 2010; Mair, Battilana e Cardens, 2012; Sharir e Lerner, 2006). Questi codici riguardano la memorizzazione, l'etichettatura e il recupero dei dati. Abbiamo utilizzato la visualizzazione dei dati per facilitarci attraverso grafici, diagrammi e disegni. Le categorie visualizzate sono costituite da dati, dati codificati e codici modificati. Il nostro schema di codifica ha creato una mappa. Il nostro schema includeva una categorizzazione di varie sfere che emergevano che erano istituzioni formali, istituzioni sociali, contesto organizzativo e contesto individuale. Includeva descrizioni, etichette che usavano le parole degli intervistati e relazioni. Nella costruzione dei codici ci siamo posti le domande che abbiamo menzionato sopra.

La prima fase ha portato alla creazione di codici per le categorie di profili individuali, le categorie di modelli di innovazione sociale, le categorie di interventi delle istituzioni formali e le categorie di integrazione in rete. Ci interessava vedere dove queste categorie si intercettano e i collegamenti che si creano tra le varie sfere all'interno delle quali gli attori interagiscono. Poi, nella terza fase, abbiamo continuato a raccogliere dati e a confrontarli con codici e categorie esistenti per identificare somiglianze e contrasti, relazioni e modelli. Tutti i nuovi codici che sono emersi sono stati raggruppati intorno alle sfere che avevamo identificato. I codici sono stati raggruppati in codici più ampi o riformati. Abbiamo esaminato i codici e li abbiamo classificati in codici più ampi (usando le parole degli intervistati) e quando i codici sembravano simili li abbiamo raggruppati sotto un unico nome di codifica. Questo processo è chiamato codifica assiale (Mair, Marti, and Ventresca, 2012;

Pratt, Rockmann e Kaufmann, 2006). L'uso di tabelle e matrici per confrontare i modelli tra i casi è un metodo comune utilizzato nell'analisi qualitativa dei dati (Alvord et al, 2004). In una fase successiva siamo passati alla teoria esistente per confrontare i temi emergenti dei nostri risultati con altri risultati della ricerca.

La fase finale è stata una conferma di questi temi raffinati e delle relazioni con il più ampio insieme di dati che avevamo raccolto attraverso tutti i nostri metodi di ricerca. I risultati di questo processo sono presentati nella formulazione delle proposizioni; il fatto che queste proposizioni siano comuni in tutti i casi rafforza la loro plausibilità (Alvord et al, 2004). L'analisi del contenuto è stata eseguita sui dati secondari e sui rapporti raccolti attraverso il metodo di ricerca d'archivio, sono stati effettuati confronti con i dati primari e altri studi (Sharir e Lerner, 2006).

La codifica di primo livello è avvenuta a livello di paese e poi di secondo livello e le categorie sono emerse dall'analisi aggregata che è stata eseguita da WLY e Fashion Revolution Czech Republic.

6.2. Analisi delle risposte

La nostra metodologia per l'analisi dei dati raccolti dalle 50 organizzazioni del settore della moda si è concentrata su una revisione completa delle risposte. Questo processo ha comportato diversi passaggi chiave:

6.2.1. Revisione dei questionari/interviste

Abbiamo iniziato esaminando meticolosamente le interviste condotte e i questionari presentati dalle organizzazioni partecipanti. Questi questionari comprendevano sia domande basate sul rating che domande a risposta aperta. I questionari sono aggiunti come appendici alla fine della presente relazione.

6.2.2. Analisi delle domande di rating

Per le domande basate sulla valutazione, abbiamo effettuato una valutazione approfondita delle risposte. L'analisi ha incluso il riepilogo del numero di risposte che rientrano in diverse categorie di valutazione. Ove applicabile, abbiamo integrato questa analisi quantitativa con le nostre intuizioni qualitative per fornire una comprensione più approfondita dei risultati.

6.2.3. Esame delle domande a risposta aperta

Le domande a risposta aperta sono state analizzate in modo completo. Abbiamo condotto una revisione approfondita di tutte le risposte fornite, con l'obiettivo di identificare i punti in

comune e i modelli all'interno delle risposte. Questo processo ci ha permesso di estrarre i punti chiave per ogni domanda a risposta aperta.

In alcuni casi, punti specifici sono stati menzionati da una sola organizzazione; Tuttavia, abbiamo ritenuto che si trattasse ancora di un problema pertinente che poteva essere affrontato da uno spettro più ampio di organizzazioni.

6.2.4. Sintesi delle conclusioni

A seguito dell'analisi di tutte le domande e risposte, abbiamo sintetizzato i risultati collettivi in conclusioni generali relative a questa ricerca. Queste conclusioni hanno fornito una panoramica completa dello stato della sostenibilità, della trasparenza della catena di approvvigionamento e delle pratiche di responsabilità sociale nell'industria della moda.

È essenziale riconoscere che la dimensione del campione di questo questionario era relativamente piccola, composta da risposte di 50 organizzazioni. Di conseguenza, le informazioni raccolte da questo campione potrebbero non essere del tutto rappresentative dell'intero spettro delle organizzazioni di moda. Per ottenere una comprensione più completa dei modelli e delle pratiche comuni all'interno del settore, un campione più ampio e diversificato di marchi e organizzazioni faciliterebbe una valutazione più accurata delle tendenze e delle sfide prevalenti nel settore della moda.

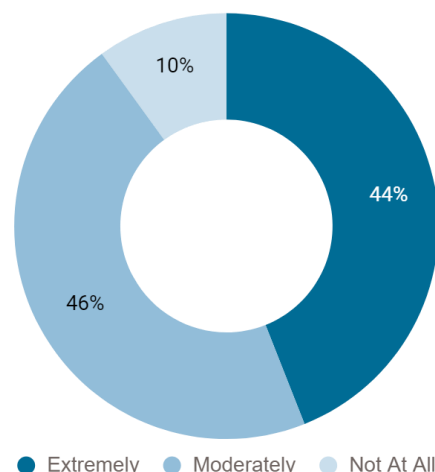
6.3. Limitazioni e sfide

I partner hanno avuto difficoltà a reclutare esperti all'interno delle grandi organizzazioni e c'è stata una generale mancanza di accesso al personale della catena di approvvigionamento o dell'approvvigionamento. Esistono protocolli in base ai quali i singoli dipendenti non possono rispondere a tali colloqui. I portavoce designati devono essere autorizzati prima di divulgare informazioni sensibili sulle loro pratiche di gestione della catena di approvvigionamento. E le autorità dell'organizzazione sono riluttanti a sostenere attività che potrebbero ostacolare la loro reputazione quando rivelano pratiche interne. Nella maggior parte dei casi, possiamo studiare solo tutte le risorse pubblicamente disponibili su tale azienda e sulle loro politiche e sfide, ma è molto difficile intervistarle.

Le aziende più piccole potrebbero non avere le stesse procedure in atto e potrebbero parlare con noi, ma sono molto impegnate e hanno risorse limitate. Hanno anche una supervisione limitata su tutti i processi e le pratiche di partner o fornitori.

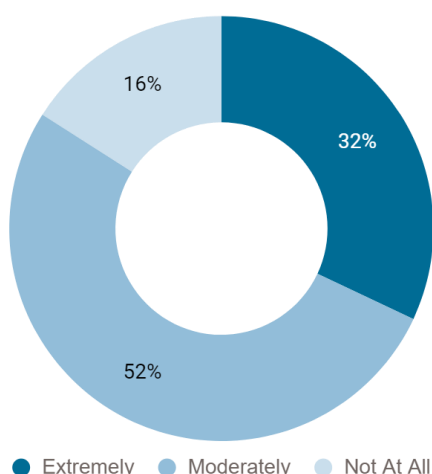
Domanda 1. In che misura la vostra organizzazione controlla la protezione dei diritti umani e dell'ambiente nelle sedi dei vostri fornitori e venditori nell'intera catena di fornitura?

Una parte significativa delle organizzazioni dimostra un elevato livello di controllo e dà priorità alla protezione dei diritti umani e dell'ambiente lungo tutta la propria catena di approvvigionamento. Tuttavia, gran parte delle organizzazioni ha ancora margini di miglioramento in termini di miglioramento dei propri sforzi in questo settore.



Domanda 2. In che misura la vostra azienda informa i consumatori sulla protezione dei diritti umani e dell'ambiente nelle sedi dei vostri fornitori e venditori?

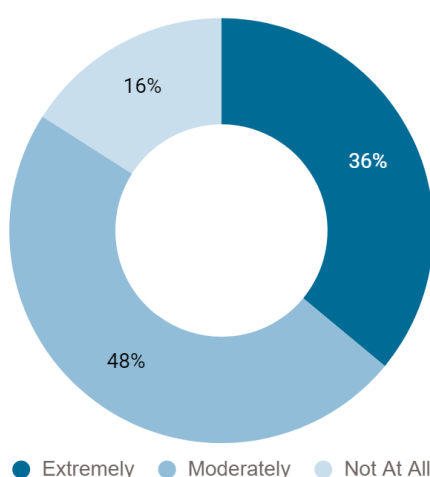
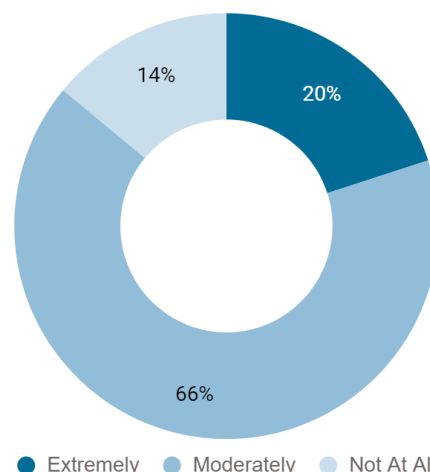
Sebbene un numero significativo di aziende informi i consumatori in misura moderata, vi è ancora margine di miglioramento in termini di trasparenza e comunicazione. Un numero minore di aziende dispone di ampie pratiche di comunicazione, a dimostrazione di un elevato livello di impegno nell'informare i consumatori sui diritti umani e sulla protezione dell'ambiente. Tuttavia, una parte considerevole delle imprese non fornisce attualmente alcuna informazione ai consumatori al riguardo, il che indica la necessità di maggiori sforzi per la trasparenza e l'educazione dei consumatori.





Domanda 3. In che misura le istituzioni politiche (UE e governi nazionali) sono coinvolte nella protezione dei diritti umani e dell'ambiente nelle sedi delle aziende di moda, dei fornitori e dei venditori?

La maggior parte degli intervistati ritiene che le istituzioni politiche siano coinvolte in misura moderata. Tuttavia, vi è ancora un numero significativo di intervistati che ritiene che le istituzioni politiche abbiano un coinvolgimento limitato o siano estremamente coinvolte nella protezione dei diritti umani e dell'ambiente. Ciò indica la necessità di sforzi continui per rafforzare l'impegno politico e i quadri normativi per garantire pratiche sostenibili e la protezione dei diritti umani nel settore della moda.

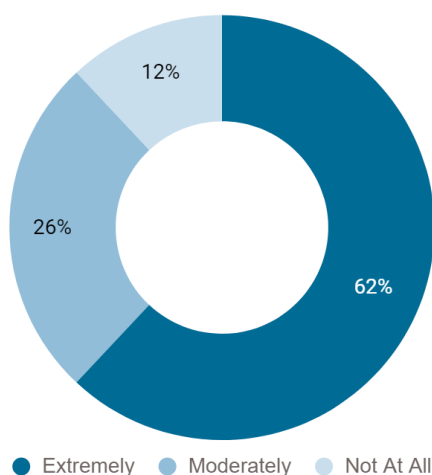
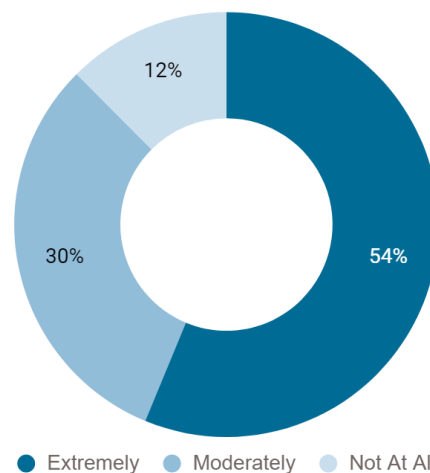


Domanda 4. In che misura la vostra azienda applica norme e regolamenti per proteggere i diritti umani e l'ambiente nei locali dei vostri fornitori e venditori?

Sebbene un numero significativo di aziende disponga di norme e regolamenti moderati, c'è ancora spazio per migliorare in termini di rafforzamento ed espansione dei propri sforzi. Un numero minore di aziende dispone di normative estese, il che indica un alto livello di impegno per la protezione dei diritti umani e dell'ambiente. Tuttavia, una parte considerevole delle aziende attualmente non dispone di norme e regolamenti specifici, evidenziando la necessità di misure più rigorose per garantire pratiche etiche e sostenibili lungo tutta la catena di approvvigionamento.

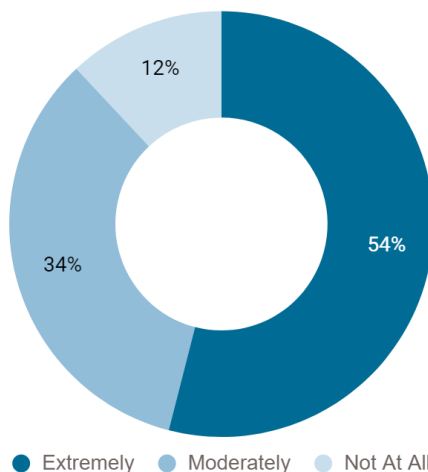
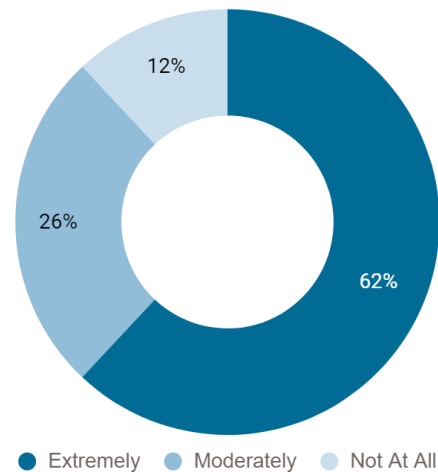
Domanda 5. In che misura la tua azienda implementa le seguenti politiche di fornitori/fornitori per proteggere il lavoro dignitoso e le pratiche di acquisto nelle attività di approvvigionamento e supply chain?

Per prevenire molestie e violenze



Prevenire il lavoro minorile (diritti e politiche del lavoro)

Prevenire il lavoro forzato e vincolato



Promuovere politiche che coprano gli standard e le procedure in materia di diritti umani lungo tutta la catena di approvvigionamento

La maggior parte delle aziende dimostra un certo livello di attuazione delle politiche per proteggere il lavoro dignitoso e le pratiche di acquisto nelle loro attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Tuttavia, vi è ancora margine di miglioramento, in particolare nei settori in cui le imprese hanno indicato un livello di attuazione moderato o nullo. È essenziale che le aziende valutino e migliorino continuamente le loro politiche per garantire pratiche etiche e responsabili lungo tutta la loro catena di approvvigionamento.

Domanda 6. Descrivi tutte le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla tua organizzazione con riferimento alla protezione del lavoro dignitoso e alle pratiche di acquisto

Approvvigionamento locale ed europeo

Molte organizzazioni hanno menzionato una preferenza per l'approvvigionamento di materiali o la produzione di capi di abbigliamento a livello locale o all'interno dell'Europa. Questo approccio consente una migliore supervisione delle condizioni della catena di approvvigionamento, il rispetto delle leggi locali sul lavoro e standard etici potenzialmente più elevati.

"Produciamo abbigliamento solo in Spagna. Tutti i nostri fornitori sono locali. Rispettiamo tutti gli elevati standard dell'Unione europea. I nostri lavoratori vengono pagati secondo la legge".

Enfasi sulla trasparenza

La trasparenza è emersa come un tema comune, con le organizzazioni che hanno sottolineato i loro sforzi per comunicare apertamente con i clienti in merito alle pratiche di sostenibilità, alle ripartizioni dei prezzi e alle informazioni sulla catena di approvvigionamento. Questo impegno per la trasparenza è visto come un modo per creare fiducia con i consumatori.

Attenzione alla sostenibilità

Molte organizzazioni hanno posto l'accento sulla sostenibilità e sulle pratiche rispettose dell'ambiente. Ciò includeva l'upcycling dei materiali, la produzione interna di tessuti, l'uso di fibre riciclate e la promozione di prodotti compostabili e vegani. Queste pratiche sono in linea con considerazioni etiche più ampie, tra cui il lavoro dignitoso e l'acquisto responsabile.

Conformità e certificazioni

Alcune organizzazioni hanno menzionato la conformità a certificazioni e standard specifici, come quelli stabiliti dall'Unione Europea. Hanno anche indicato di lavorare con fornitori che hanno le loro pratiche e politiche relative alla protezione dei lavoratori. Ciò suggerisce un impegno a garantire la conformità dei fornitori a rigorosi standard etici e ambientali.

"I nostri fornitori ci chiedono il DURC (documento unico di adempimento previdenziale) è la certificazione della regolarità dei versamenti verso gli enti INPS, INAIL e Cassa edile. Questo documento è finalizzato alla repressione del lavoro sommerso e delle irregolarità assicurative e contributive".

Rapporti personali con i fornitori

Diversi intervistati hanno notato relazioni personali con i loro fornitori, che possono promuovere la fiducia e la responsabilità nel mantenimento di pratiche etiche all'interno della catena di approvvigionamento.

"Ci avvaliamo di fornitori di cui ci fidiamo e che conosciamo da anni"

Audit e verifiche

Le organizzazioni hanno menzionato la conduzione di processi di controllo dei fornitori, inclusi audit e visite ai fornitori per garantire la conformità agli standard etici. Questo approccio proattivo aiuta a verificare che i fornitori aderiscano a pratiche di lavoro etiche e dignitose.

Evitare fornitori discutibili

Alcune organizzazioni hanno esplicitamente menzionato di evitare fornitori provenienti da paesi con condizioni di lavoro discutibili. Ciò riflette

l'impegno a favore di pratiche di approvvigionamento responsabili.

Conoscenza o accesso limitati

Alcuni intervistati hanno indicato una mancanza di informazioni o di accesso ai dettagli sulle pratiche e le politiche dei loro fornitori. Ciò suggerisce la necessità di migliorare la comunicazione e la trasparenza all'interno della catena di approvvigionamento.

Utilizzo di materiali esistenti

Alcune organizzazioni hanno menzionato gli sforzi per utilizzare materiali e tessuti esistenti piuttosto che richiedere una nuova produzione.

In sintesi, le organizzazioni del settore della moda stanno adottando una serie di pratiche e politiche per proteggere il lavoro dignitoso e promuovere pratiche di acquisto etiche all'interno delle loro catene di approvvigionamento. Questi sforzi includono l'approvvigionamento locale, l'enfasi sulla trasparenza e la sostenibilità, il rispetto degli standard e la costruzione di relazioni personali con i fornitori. Sebbene permangano delle sfide, queste azioni riflettono l'impegno verso pratiche di moda responsabili ed etiche.

Domanda 7. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione delle pratiche e delle politiche dei venditori/fornitori con riferimento alla tutela del lavoro dignitoso e alle pratiche di acquisto nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Controllo e trasparenza limitati

Molte organizzazioni incontrano difficoltà legate al controllo limitato sulle pratiche dei loro fornitori e alla mancanza di trasparenza nelle operazioni dei fornitori. Ciò ostacola la loro capacità di garantire un lavoro etico e pratiche di acquisto lungo tutta la catena di approvvigionamento e rimane una sfida significativa.

Vincoli delle risorse

Le piccole aziende lottano costantemente con i limiti delle risorse, tra cui risorse finanziarie limitate e difficoltà nell'approvvigionamento di materiali sostenibili. Questi vincoli ostacolano la loro capacità di implementare e far rispettare in modo efficace le pratiche e le politiche dei fornitori, rendendola una sfida persistente.

Mancanza di ispezioni in loco

L'esecuzione di ispezioni in loco rimane impegnativa a causa di fattori come i vincoli geografici o i costi elevati. Le organizzazioni spesso si affidano alla documentazione e alle certificazioni presentate, il che può creare difficoltà nella verifica della conformità ai diritti umani e agli standard ambientali.

"Non c'è modo di tracciare la trasparenza a parte il certificato. L'ideale sarebbe viaggiare e visitare i luoghi di origine del materiale... Sarebbe bello visitare e ottenere trasparenza sulla catena del valore".

Considerazioni sul prezzo

Il prezzo rimane un fattore significativo che influenza le pratiche di acquisto. Le considerazioni sui costi possono portare le organizzazioni a rifornirsi da paesi con manodopera a basso costo, compromettendo potenzialmente gli standard etici. Bilanciare l'accessibilità economica con le preoccupazioni etiche è una questione complessa.

"A lungo termine, la sfida principale che dobbiamo affrontare è che abbiamo perso la nostra posizione di fornitore poiché questi clienti passano ad acquistare i loro capi da paesi più economici, come il Bangladesh. In questo modo, evitano di doversi assumere la responsabilità di tutto ciò che riguarda la tutela del lavoro dignitoso e le pratiche di acquisto".

Condivisione e trasparenza dei dati limitate

Le organizzazioni si trovano spesso ad affrontare sfide legate alla limitata condivisione dei dati e alla trasparenza da parte dei loro fornitori. Alcuni fornitori nascondono le informazioni per proteggere il loro know-how o non forniscono dettagli completi sull'origine dei materiali, con conseguenti lacune di trasparenza.

"Attualmente i fornitori che possiamo permetterci, e che hanno effettivamente i materiali di cui abbiamo bisogno, non offrono prontamente informazioni sulla trasparenza e su altri argomenti urgenti".

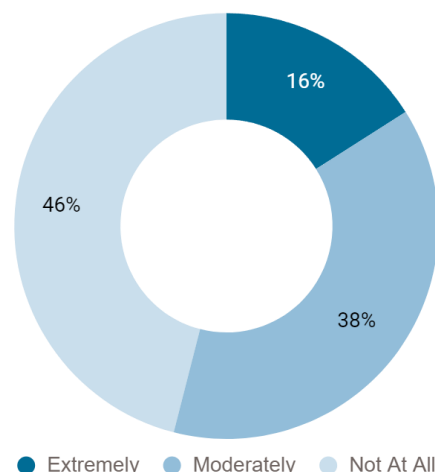
Certificazioni e Audit Indipendenti

Molte organizzazioni attribuiscono grande importanza alle certificazioni e ai rapporti di società di revisione indipendenti per garantire la protezione dei diritti umani. La verifica da parte di terzi è considerata fondamentale, soprattutto quando manca un controllo diretto sui fornitori.

Queste principali conclusioni evidenziano le complessità in atto all'interno dell'industria della moda per quanto riguarda la protezione del lavoro dignitoso e le pratiche di acquisto etico lungo tutta la catena di fornitura. Queste sfide persistono in organizzazioni di varie dimensioni e sottolineano l'importanza della trasparenza, della gestione delle risorse e delle pratiche di approvvigionamento sostenibili.

Domanda 8. In che misura la vostra azienda implementa politiche di venditori/fornitori per proteggere la sindacalizzazione e la contrattazione collettiva nelle vostre attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento?

La maggior parte delle aziende non dispone di politiche per proteggere la sindacalizzazione e la contrattazione collettiva nelle attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Ciò evidenzia una lacuna negli sforzi per sostenere i diritti dei lavoratori e potrebbe indicare la necessità per le aziende di affrontare questo aspetto dei diritti dei lavoratori nelle loro pratiche di gestione della catena di approvvigionamento. Tuttavia, alcune aziende hanno attuato politiche in misura moderata e un numero minore di aziende ha attuato politiche in misura estrema, dimostrando un impegno a proteggere i diritti dei lavoratori in relazione alla sindacalizzazione e alla contrattazione collettiva.



Domanda 9. Si prega di descrivere le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla propria organizzazione con riferimento alla protezione dei diritti dei lavoratori in materia di sindacalizzazione e contrattazione collettiva

Conformità con i certificati dei lavoratori locali

Alcune organizzazioni hanno dichiarato di collaborare con aziende che possiedono certificati di lavoro validi nel loro paese. Ciò suggerisce l'impegno a lavorare con fornitori che aderiscono alle normative e agli standard locali sul lavoro.

"Lavoriamo e collaboriamo con aziende che hanno tutti i certificati di lavoro validi nel nostro paese (Spagna)"

Piccole aziende con esigenze limitate

Diverse organizzazioni, soprattutto quelle di piccole dimensioni, hanno affermato di non essere applicabili o di avere un bisogno limitato di politiche e certificati specifici relativi ai diritti dei lavoratori. Ciò potrebbe essere dovuto alle loro dimensioni o alla natura della loro attività.

Conformità alle leggi nazionali ed europee

Alcune organizzazioni hanno dichiarato che le loro pratiche e politiche seguono il diritto europeo. Ciò suggerisce un impegno a rispettare le normative regionali relative ai diritti dei lavoratori.

Tutela dei lavoratori nelle pratiche di assunzione

Alcune organizzazioni hanno affermato di prestare attenzione alla protezione dei diritti dei lavoratori nelle loro pratiche di assunzione e impiego. Ciò include assunzioni eque e inclusive, accordi contrattuali, retribuzione e considerazioni sulla salute mentale per i propri dipendenti.

Apertura e sostegno alla sindacalizzazione

Diverse organizzazioni hanno espresso apertura all'adesione dei lavoratori ai sindacati, indicando un riconoscimento dell'importanza della rappresentanza collettiva e della contrattazione. Alcune organizzazioni hanno esplicitamente menzionato il sostegno alla libertà di associazione e l'assenza di discriminazioni per quanto riguarda la sindacalizzazione. Ciò riflette l'impegno nei confronti dei diritti dei lavoratori di formare sindacati e impegnarsi nella contrattazione collettiva.

"Il nostro codice di condotta include disposizioni per la libertà di associazione e nessuna discriminazione per quanto riguarda la sindacalizzazione. Siamo molto aperti e solidali a questo".

Contratti collettivi

Alcune organizzazioni hanno dichiarato di disporre di contratti collettivi standard. Questi accordi includono probabilmente disposizioni relative ai diritti e alle tutele dei lavoratori.

In sintesi, questi sono i punti chiave che sono stati menzionati da più organizzazioni per quanto riguarda i loro certificati, le politiche e le pratiche dei lavoratori relative alla protezione dei diritti dei lavoratori. Questi punti evidenziano l'impegno a rispettare le normative, a proteggere i lavoratori nelle pratiche di assunzione e a sostenere la sindacalizzazione, ove applicabile.

Domanda 10. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione delle pratiche e delle politiche dei venditori/fornitori con riferimento alla protezione dei diritti dei lavoratori in materia di sindacalizzazione e contrattazione collettiva nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Informazioni e trasparenza limitate

Molte organizzazioni incontrano difficoltà nell'ottenere informazioni sufficienti e trasparenza dai loro fornitori sui diritti dei lavoratori. Questa mancanza di trasparenza rappresenta una sfida comune e ostacola la capacità di valutare e garantire il rispetto delle pratiche sindacali e di contrattazione collettiva.

"Sappiamo quello che ci dicono; Non possiamo costringerli a implementare nulla".

Intuizione o conoscenza limitata

Diverse organizzazioni hanno ammesso di avere poca o nessuna conoscenza delle pratiche di sindacalizzazione nei locali dei loro partner. Questa mancanza di consapevolezza o conoscenza dei sindacati e della contrattazione collettiva all'interno della catena di approvvigionamento è un problema comune.

Vincoli delle risorse

Un'azienda a conduzione familiare ha espresso la limitatezza delle risorse come una sfida significativa. Ciò indica che condurre ispezioni in loco o visitare le sedi dei fornitori può essere finanziariamente o operativamente impegnativo per le organizzazioni più piccole.

Distanza geografica e mancanza di fornitori locali

Alcune organizzazioni citano la sfida di essere geograficamente distanti dai loro partner della catena di approvvigionamento, che porta a una mancanza di opzioni locali per materiali e servizi. Questa distanza può ostacolare la supervisione e il monitoraggio dei diritti dei lavoratori e degli sforzi di sindacalizzazione.

"Essere lontani dalla catena del valore e i certificati non danno informazioni sulla tutela dei diritti dei lavoratori sulla sindacalizzazione e sulla contrattazione collettiva. Se avessimo a disposizione fornitori locali (di prossimità) risolverebbe la maggior parte di questa sfida. Non ci sono fornitori locali per il materiale che utilizziamo, come Silk".

Rilevanza e applicabilità percepite

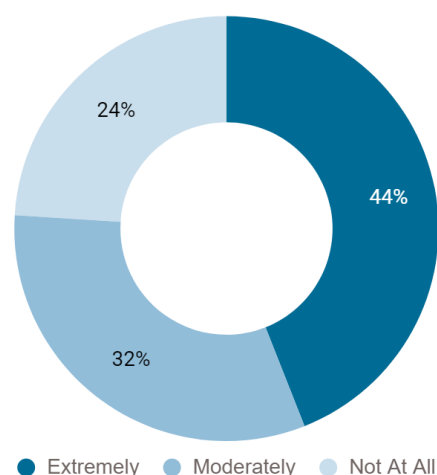
Alcuni rispondenti hanno indicato che la domanda non era applicabile o non era pertinente alle loro specifiche operazioni commerciali o alla loro catena di approvvigionamento. Ciò suggerisce che, per alcune imprese, la sindacalizzazione e la contrattazione collettiva potrebbero non essere considerate fattori significativi nelle loro attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento.

Nel complesso, questi modelli di trasparenza limitata, sfide geografiche, vincoli di risorse, conoscenze o conoscenze limitate e percezioni variabili della rilevanza evidenziano le complessità e le diverse circostanze che le organizzazioni devono affrontare quando

implementano pratiche e politiche relative ai diritti dei lavoratori in materia di sindacalizzazione e contrattazione collettiva nelle loro catene di approvvigionamento.

Domanda 11. In che misura la tua azienda implementa le politiche di Vendor/Supplier per la Diversity & Inclusion nelle attività di approvvigionamento e supply chain?

Le risposte mostrano un mix di aziende che hanno implementato politiche per la diversità e l'inclusione in misura diversa. Mentre un numero significativo di aziende ha implementato tali politiche in misura estrema, un numero considerevole non ha implementato alcuna politica. Ciò evidenzia la necessità per le aziende di stabilire le priorità e sviluppare strategie e iniziative globali per promuovere la diversità e l'inclusione in tutte le loro attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Le aziende che hanno attuato le politiche in misura moderata stanno facendo alcuni progressi, ma possono anche prendere in considerazione ulteriori miglioramenti ai loro sforzi.



Domanda 12. Descrivi tutte le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla tua organizzazione con riferimento alla promozione della diversità e dell'inclusione (ad es. uguaglianza di genere, parità di retribuzione, uguaglianza razziale)

Inclusività nella leadership e nelle partnership

Molte organizzazioni hanno espresso il loro impegno per la diversità e l'inclusione sottolineando che i loro team di leadership includono persone provenienti da contesti diversi, in particolare donne. Alcune organizzazioni collaborano anche con imprese artigiane guidate da donne. Ciò riflette un approccio proattivo alla

Promozione della diversità e dell'inclusione nel marketing

promozione dell'uguaglianza di genere e della diversità all'interno delle loro reti.

Diverse aziende hanno menzionato la promozione della diversità e dell'inclusione attraverso le loro strategie di marketing e campagne creative. Hanno enfatizzato la presenza di modelli di tutte le forme, dimensioni, età, sesso e background razziale nei loro materiali promozionali. Ciò dimostra i loro sforzi per riflettere e celebrare la diversità nel loro marchio.

"Siamo un'azienda altamente inclusiva: promuovere la diversità è importante per noi. I nostri team sono diversi, così come i modelli che compaiono nelle nostre campagne di comunicazione".

Parità di trattamento e non discriminazione

Molte organizzazioni hanno dichiarato di trattare tutti i dipendenti e i partner allo stesso modo, indipendentemente dal sesso, dalla razza o da altre caratteristiche. Hanno sottolineato l'impegno a favore della parità di retribuzione e dell'assenza di discriminazioni nelle loro pratiche sul posto di lavoro. Ciò riflette un principio fondamentale di equità e non discriminazione.

Inclusività nelle assunzioni

Alcuni intervistati, in particolare i dirigenti responsabili delle assunzioni, hanno sottolineato i loro sforzi per garantire che non vengano utilizzate pratiche discriminatorie nei loro processi di assunzione. Mirano ad assumere in base alle competenze e alle qualifiche piuttosto che al sesso o alla razza.

L'inclusività come pratica comune

Per alcune organizzazioni, la promozione della diversità e dell'inclusione è una pratica comune radicata nella cultura e nei valori aziendali. Hanno sottolineato che non avrebbero lavorato in modo diverso, poiché l'inclusività è considerata uno standard all'interno della loro organizzazione.

Informazioni e trasparenza limitate

Alcune organizzazioni hanno menzionato le sfide legate all'ottenimento di informazioni o visibilità sulle pratiche di diversità e inclusione all'interno della loro catena di approvvigionamento. Ciò indica una difficoltà comune nell'accesso ai dati su questi aspetti, soprattutto nelle catene di approvvigionamento globali.

"Speriamo che i nostri partner/fornitori lo abbiano, ma non possiamo esserne certi".

Mancanza di certificazioni dei fornitori

Alcune organizzazioni hanno notato che non esistono fornitori o certificati specifici che garantiscano o affrontino i problemi di diversità e inclusione. Ciò suggerisce che le considerazioni relative alla diversità e all'inclusione potrebbero non essere esplicitamente trattate nei processi di certificazione della catena di approvvigionamento.

"Non ci sono fornitori e certificati che garantiscano o affrontino questo problema. Forse in Giappone ci tengono più che in India e in Cina... Non ne siamo sicuri perché non abbiamo visibilità".

Questi risultati evidenziano un impegno per la diversità, l'inclusione e la non discriminazione all'interno dell'industria della moda. Le organizzazioni stanno lavorando attivamente per garantire parità di trattamento, parità di retribuzione e rappresentanza nelle loro pratiche di leadership, marketing e assunzione. Tuttavia, persistono sfide relative alla trasparenza delle informazioni e alla visibilità della catena di approvvigionamento, il che indica la necessità di

una maggiore trasparenza e responsabilità nel promuovere la diversità e l'inclusione lungo tutta la catena di approvvigionamento.

Domanda 13. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione delle pratiche e delle politiche dei venditori/fornitori con riferimento alla promozione della diversità e dell'inclusione nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Vincoli finanziari

Diverse organizzazioni hanno citato i vincoli finanziari come una sfida significativa. Ciò suggerisce che le risorse finanziarie limitate possono ostacolare la loro capacità di investire in iniziative di diversità e inclusione, compresa la conduzione di audit o valutazioni.

"Il prezzo e il fatto che l'obiettivo dell'azienda di realizzare profitti viene prima di tutto".

Risorse limitate

Alcune organizzazioni hanno dichiarato di disporre di risorse limitate, il che può influire sulla loro capacità di monitorare e applicare efficacemente le pratiche di diversità e inclusione. Le risorse limitate possono influire sulla loro capacità di adottare misure proattive al riguardo.

Conformità ai requisiti di legge

Un'organizzazione ha evidenziato la sfida di rispettare gli obblighi legali relativi alla diversità e all'inclusione. Ciò implica che garantire la conformità alle leggi e ai regolamenti applicabili può essere complesso e impegnativo.

Mancanza di conoscenza o intuizione

Alcune organizzazioni hanno ammesso di non conoscere o approfondire le pratiche di altre aziende o dei loro partner. Ciò evidenzia la necessità di una maggiore trasparenza e

	condivisione delle informazioni in merito agli sforzi di diversità e inclusione all'interno della catena di approvvigionamento.
Coinvolgimento limitato dei fornitori	Alcune organizzazioni hanno menzionato le sfide legate al coinvolgimento dei propri fornitori negli sforzi per la diversità e l'inclusione. Ciò suggerisce che potrebbero esserci resistenze o un impegno limitato da parte di alcuni fornitori a dare priorità a questi problemi.
Consapevolezza e comunicazione	Alcuni intervistati hanno suggerito che la consapevolezza dei problemi di diversità e inclusione tra i fornitori è relativamente bassa. Ciò evidenzia la necessità di migliorare la comunicazione e l'educazione sull'importanza della diversità e dell'inclusione nella catena di approvvigionamento. <i>"Direi che questo è solo l'inizio, dato che non molti dei fornitori "tipici" lo stanno comunicando!"</i>
Accessibilità e inclusività	Un'organizzazione ha menzionato le sfide legate all'accessibilità e all'inclusività, in particolare in termini di spazi fisici. Ciò sottolinea l'importanza di considerare l'accessibilità e l'inclusività lungo tutta la catena di approvvigionamento e di affrontare eventuali barriere.
Limitazioni di piccoli marchi	Alcuni marchi più piccoli hanno menzionato limitazioni nella loro capacità di influenzare o imporre pratiche di diversità e inclusione tra i loro fornitori. Spesso si affidano a marchi o

Visibilità e certificazione

certificazioni più grandi per guidare queste iniziative.

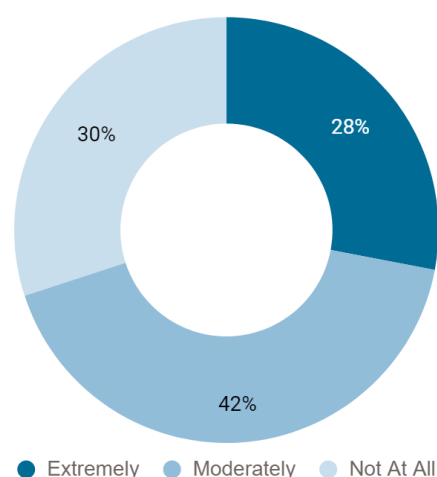
La visibilità delle pratiche di diversità e inclusione dei fornitori, in particolare dei marchi più piccoli o nuovi, può essere difficile. Molte organizzazioni cercano certificazioni o processi di audit per ottenere garanzie in questo senso.

"Cerchiamo di lavorare con marchi che promuovono la diversità, ma ad essere onesti, non possiamo davvero saperlo. Cerchiamo certificazioni e simili, ma alcuni marchi sono davvero piccoli o molto nuovi e non li hanno".

Questi risultati evidenziano che, sebbene vi sia una crescente consapevolezza dell'importanza della diversità e dell'inclusione nella catena di approvvigionamento, le organizzazioni devono affrontare varie sfide nell'implementazione efficace di pratiche e politiche per promuovere questi valori. I vincoli finanziari, le risorse limitate, la conformità ai requisiti legali e la mancanza di conoscenza o comprensione sono tra gli ostacoli più comuni. Per superare queste sfide, potrebbero essere necessarie maggiore trasparenza, educazione e collaborazione con i fornitori.

Domanda 14. In che misura la vostra azienda implementa le politiche dei fornitori/fornitori per la responsabilità di un membro del consiglio di amministrazione o del comitato del consiglio di amministrazione per i diritti umani e le questioni ambientali nelle attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento?

Le risposte indicano un livello misto di attuazione delle politiche per la responsabilità dei membri del consiglio di amministrazione o dei comitati consiliari in merito ai diritti umani e alle questioni ambientali nelle attività di approvvigionamento e



catena di approvvigionamento. Mentre alcune aziende hanno implementato politiche in misura estrema, un numero significativo non ha implementato tali politiche. Le aziende che hanno attuato politiche in misura moderata stanno facendo alcuni progressi, ma possono prendere in considerazione ulteriori miglioramenti per rafforzare la responsabilità nell'affrontare i diritti umani e le questioni ambientali.

Domanda 15. Si prega di descrivere le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla propria organizzazione con riferimento alla responsabilità dei membri del consiglio di amministrazione o del comitato del consiglio di amministrazione per la protezione dei diritti umani e delle questioni ambientali

Impegno per la sostenibilità

Molte organizzazioni sottolineano il loro impegno per la sostenibilità e le pratiche etiche. Spesso menzionano la collaborazione con aziende certificate dal punto di vista ambientale, la promozione della produzione locale e la promozione di salari equi all'interno delle loro catene di approvvigionamento. Ciò riflette una forte attenzione alle pratiche commerciali sostenibili ed etiche.

"Siamo un'azienda impegnata nello sviluppo sostenibile del settore tessile e nella ricerca e sviluppo."

Mancanza di politiche specifiche

Un numero significativo di risposte non fornisce informazioni esplicite sulle politiche o pratiche esistenti relative alla responsabilità dei membri del consiglio di amministrazione per i diritti umani e le questioni ambientali. Alcune organizzazioni dichiarano di non avere il controllo sull'intera

Collaborazioni e Partnership

catena del valore o non forniscono dettagli su alcuna politica specifica in atto.

Alcune organizzazioni mettono in evidenza le loro collaborazioni, partnership o appartenenze con entità esterne focalizzate sulla sostenibilità e sulla responsabilità sociale d'impresa. Queste partnership spesso comportano il monitoraggio e la valutazione delle pratiche di sostenibilità, suggerendo un impegno per la responsabilità.

"Vogliamo sempre lavorare con aziende che hanno certificati di qualità ambientale europei o che corrispondono all'industria tessile".

Piccola struttura organizzativa

Diverse organizzazioni affermano di essere piccoli marchi o aziende gestite da un numero limitato di individui. In tali casi, il concetto di responsabilità dei membri del consiglio di amministrazione potrebbe non essere applicabile a causa delle dimensioni e della struttura dell'organizzazione.

Nel complesso, le risposte indicano una diversità di approcci alla sostenibilità e alla responsabilità sociale d'impresa nel settore della moda. Mentre molte organizzazioni si impegnano a favore di pratiche sostenibili ed etiche, altre possono avere politiche specifiche limitate o concentrarsi su collaborazioni su scala più piccola. Gli sforzi dell'industria della moda per affrontare i diritti umani e le questioni ambientali variano notevolmente in base alle priorità e alle strutture organizzative individuali.

Domanda 16. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione delle pratiche e delle politiche dei venditori/fornitori con riferimento alla responsabilità dei membri del vostro consiglio di amministrazione o del vostro comitato consiliare per i diritti umani e le questioni ambientali nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Mancanza di consapevolezza/informazione

Molte organizzazioni esprimono sfide legate alla conoscenza e alle informazioni limitate sulle politiche e sulle pratiche dei loro venditori e fornitori. Questa mancanza di consapevolezza può ostacolare la loro capacità di monitorare e garantire efficacemente il rispetto dei diritti umani e delle questioni ambientali. Migliorare la trasparenza e la comunicazione con i partner è fondamentale per affrontare questa sfida.

"Non sappiamo quali politiche abbiano in atto".

Risorse limitate

Alcune organizzazioni, in particolare le aziende a conduzione familiare con risorse limitate, menzionano la scarsità di risorse come una sfida. Questi vincoli limitano la loro capacità di visitare i locali, condurre ispezioni in loco o investire in ampi processi di audit. Le limitazioni delle risorse possono essere un ostacolo significativo a una supervisione efficace.

Prossimità e fornitori locali

Un'organizzazione evidenzia la sfida di essere distanti dalla catena del valore. Sugeriscono che la presenza di fornitori locali di prossimità potrebbe semplificare il processo per garantire il rispetto dei diritti umani e delle questioni ambientali. Questa prospettiva sottolinea i potenziali vantaggi della collaborazione con fornitori locali.

"Se avessimo a disposizione fornitori locali (di prossimità), la maggior parte di questa sfida si risolverebbe perfettamente".

irrilevante o non necessario

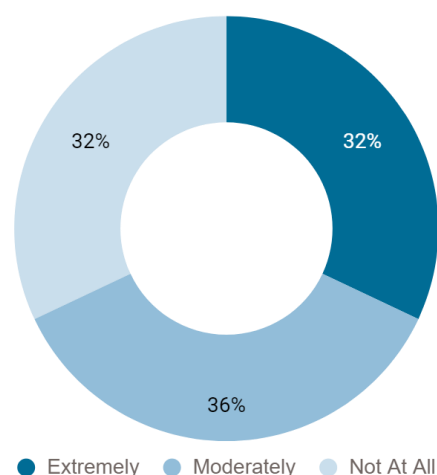
Alcune organizzazioni ritengono che la domanda non sia pertinente alle loro situazioni specifiche,

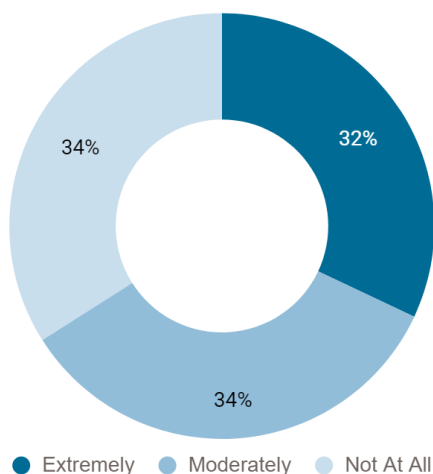
oppure dichiarano di non aver bisogno di personale aggiuntivo o di essere coinvolte nei processi di certificazione e audit. Ciò suggerisce che per alcune organizzazioni, la questione della responsabilità dei membri del consiglio di amministrazione per tali questioni potrebbe non essere una priorità.

In sintesi, le sfide comuni ruotano attorno alla necessità di una maggiore consapevolezza e informazione, alla scarsità delle risorse, alla vicinanza ai fornitori e alle diverse percezioni della rilevanza. Queste sfide sottolineano l'importanza di una comunicazione trasparente, dell'allocazione delle risorse e di un approccio su misura per affrontare i diritti umani e le questioni ambientali nella catena di approvvigionamento.

Domanda 17. In che misura la tua azienda implementa politiche di fornitori/fornitori per la tracciabilità di prodotti e servizi nelle tue attività di approvvigionamento e supply chain?

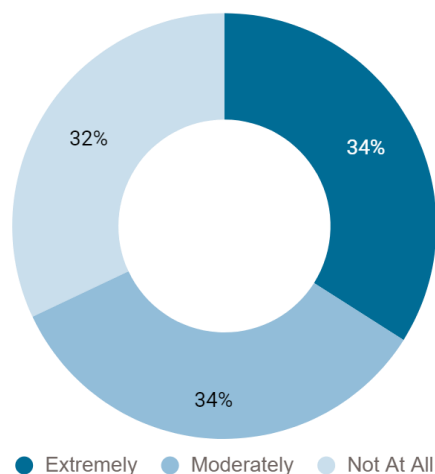
Tracciabilità delle fabbriche di primo livello





Tracciabilità degli impianti di lavorazione

Tracciabilità delle materie prime



Le risposte dimostrano diversi livelli di implementazione per la tracciabilità di prodotti e servizi in diversi aspetti della catena di approvvigionamento. Mentre alcune aziende hanno implementato politiche in misura estrema in determinate aree, c'è anche un numero significativo di aziende che non hanno implementato alcuna politica o lo hanno fatto solo moderatamente. Il miglioramento delle pratiche di tracciabilità può contribuire ad aumentare la trasparenza e la responsabilità nelle catene di approvvigionamento, consentendo alle aziende di comprendere e affrontare meglio i potenziali impatti sociali e ambientali.

Domanda 18. Descrivi tutte le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla tua organizzazione con riferimento alla tracciabilità dei tuoi prodotti e

servizi attraverso i tuoi partner della catena di approvvigionamento (ad es. passaporti digitali, codici QR, ecc.)

Contatto umano diretto per la tracciabilità

Molte organizzazioni, soprattutto quelle che operano su piccola scala, si affidano al contatto umano diretto e alle relazioni personali con i fornitori per la tracciabilità. Questo approccio consente loro di conoscere le origini dei loro prodotti attraverso la conoscenza diretta.

"La nostra tracciabilità, come accennato in precedenza, si basa sul contatto umano diretto perché operiamo su piccola scala. Sappiamo quindi da dove provengono tutti i nostri prodotti, in quanto possiamo rintracciarli direttamente"

Desiderio di trasparenza

C'è un desiderio prevalente tra le organizzazioni di migliorare la trasparenza nelle loro catene di approvvigionamento. Riconoscono l'importanza di fornire ai clienti informazioni sulla tracciabilità dei loro prodotti e alcuni stanno lavorando attivamente per raggiungere questo obiettivo.

Riciclo e upcycling dei materiali

Alcune organizzazioni si concentrano sulla raccolta dei materiali di scarto e sull'implementazione di processi di riciclaggio o upcycling. Questo approccio consente loro di tracciare e rintracciare i materiali che hanno riciclato o recuperato, contribuendo alla tracciabilità all'interno della loro catena di approvvigionamento.

Sforzi per prevenire la falsificazione e la manomissione

Un'organizzazione evidenzia in particolare l'uso della tecnologia blockchain e dei passaporti digitali per prevenire la falsificazione, la diluizione e la

manomissione dei materiali. Ciò riflette l'adozione di tecnologie volte a migliorare la tracciabilità e l'autenticità del prodotto.

"Creare una piattaforma di identificazione digitale protetta da blockchain che generi certificati di transazione univoci. Questi certificati di transazione consentono ai clienti di tracciare il capo dalla sua origine, dimostrandone la sostenibilità. Questo passaporto digitale impedisce la falsificazione, la diluizione e la manomissione dei materiali".

Fiducia nei fornitori e nella qualità dei materiali

La fiducia nei fornitori e l'approvvigionamento di materiali puri e di alta qualità sono enfatizzati da alcune organizzazioni. Costruire solide relazioni con i fornitori e garantire l'integrità dei materiali sono componenti chiave dei loro sforzi di tracciabilità.

Uso limitato delle tecnologie digitali

Mentre alcune organizzazioni menzionano l'uso di tecnologie digitali come piattaforme software, passaporti digitali o codici QR per la tracciabilità, molte altre attualmente non utilizzano queste tecnologie. Le imprese di piccole dimensioni o di seconda mano, in particolare, sembrano essere meno dipendenti dai metodi di tracciabilità digitale.

Comunicazione variegata con i clienti

Il livello di comunicazione e le informazioni condivise con i clienti sulle pratiche della supply chain variano da un'organizzazione all'altra. Mentre alcuni forniscono informazioni dettagliate sui loro siti Web o su richiesta del cliente, altri hanno una divulgazione limitata o riservano maggiori informazioni a collezioni speciali o sottomarchi di fascia alta.

"Non voglio che i clienti riconducano i prodotti al mio fornitore per scopi di mercato concorrenti e per la mancanza di informazioni. Ho mezzi che i materiali non possono essere rintracciati (materiali riciclati). I miei fornitori non riforniscono le grandi aziende (non ci sono passaporti digitali, ecc.)."

In sintesi, l'industria della moda sta riconoscendo sempre più l'importanza della tracciabilità e della trasparenza nella catena di approvvigionamento. Le pratiche di tracciabilità vanno dal contatto umano diretto alle soluzioni digitali, e c'è una crescente enfasi sull'approvvigionamento e il riciclaggio sostenibili dei materiali. Queste organizzazioni stanno esplorando attivamente modi per comunicare i loro sforzi di tracciabilità ai clienti e promuovere la fiducia nelle loro pratiche di supply chain.

Domanda 19. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione di pratiche e politiche di venditori/fornitori con riferimento alla tracciabilità dei vostri prodotti e servizi tra i vostri partner della catena di approvvigionamento?

Preoccupazioni in materia di informazioni e trasparenza

Molte organizzazioni esprimono preoccupazione per la condivisione delle informazioni sui fornitori, a causa della concorrenza o dei potenziali rischi per la loro attività. Questa riluttanza a rivelare i dettagli dei fornitori o l'origine dei prodotti suggerisce un'esitazione nei confronti della trasparenza.

Limitazioni delle risorse

Un numero significativo di intervistati, in particolare le imprese più piccole o quelle con risorse limitate, evidenzia le sfide legate alla capacità e ai vincoli finanziari. L'implementazione di pratiche di tracciabilità spesso richiede investimenti in tecnologia, risorse e competenze, che possono essere impegnative per le aziende con budget limitati.

Ostacoli alla trasformazione digitale

Alcune aziende menzionano il desiderio di passare a soluzioni digitali, ma citano i lenti progressi nell'adozione di tali tecnologie. L'adozione di sistemi di tracciabilità digitale sembra essere un processo graduale, probabilmente dovuto a fattori come i costi, le competenze tecniche o la resistenza al cambiamento.

Collaborazione con i fornitori

Vengono menzionate le sfide legate all'ottenimento di informazioni dai fornitori, in particolare nei casi in cui i piccoli fornitori esitano a condividere le loro fonti. Ciò pone difficoltà nel garantire la tracciabilità lungo tutta la catena di approvvigionamento, in quanto si basa sulla disponibilità dei fornitori a fornire i dati necessari.

"Chiediamo ai nostri marchi queste informazioni, ma non li rifiutiamo se non ce le forniscono".

Sostegno e finanziamenti governativi

Un intervistato menziona la mancanza di sostegno e finanziamenti governativi per iniziative imprenditoriali sostenibili, indicando la necessità di assistenza esterna e risorse finanziarie per implementare efficacemente le pratiche di tracciabilità.

Concorrenza aziendale

Alcune organizzazioni considerano la tracciabilità della catena di approvvigionamento come un vantaggio competitivo e sono caute nel rivelare le informazioni sui fornitori, temendo che i concorrenti possano accedere alle loro fonti e competere direttamente.

Costi e competenze

I costi associati all'implementazione di pratiche di tracciabilità e le competenze necessarie per gestire questi sistemi sono citati come sfide. Ciò indica che i limiti finanziari e delle risorse umane sono ostacoli significativi.

"Se altre persone avessero accesso al mio fornitore, allora potrebbero avviare un commercio simile e competere con le mie vendite o potrebbero scoprire il valore all'ingrosso dei miei prodotti".

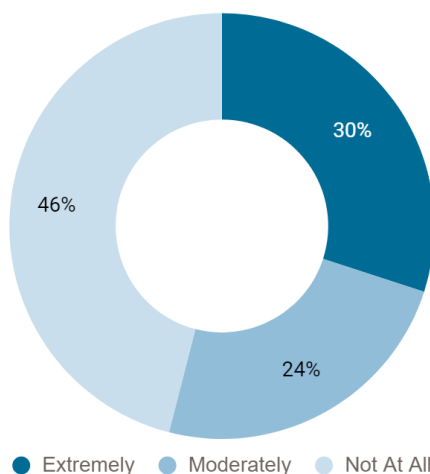
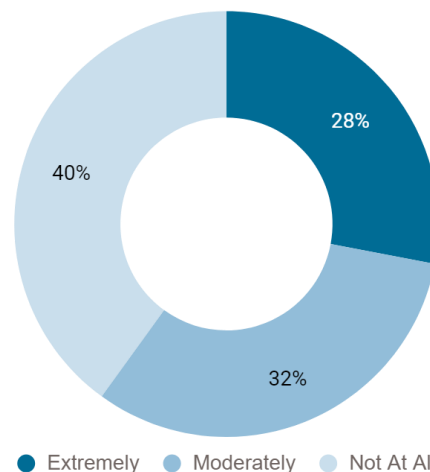
Mancanza di regolamentazione

L'assenza di normative relative alla tracciabilità nel settore della moda è menzionata come una sfida, suggerendo che i quadri normativi potrebbero aiutare a standardizzare le pratiche.

In sintesi, queste sfide riflettono le complessità e gli ostacoli legati alla creazione di solidi sistemi di tracciabilità lungo le catene di approvvigionamento, in particolare per le piccole imprese con meno risorse. Bilanciare la necessità di trasparenza con le preoccupazioni per la concorrenza e i limiti delle risorse è un problema comune affrontato dalle organizzazioni del settore della moda.

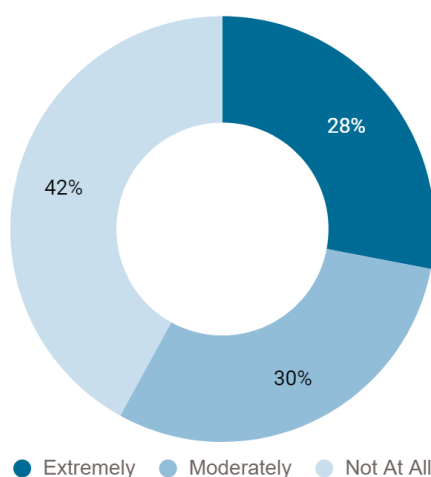
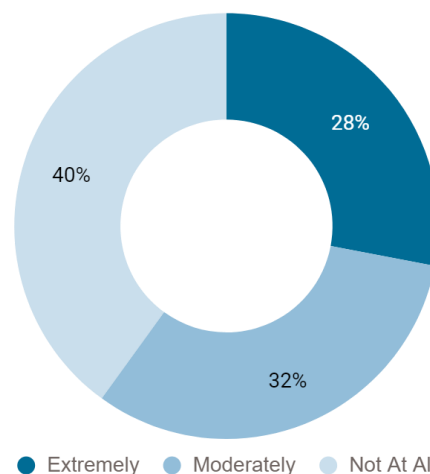
Domanda 20. In che misura la vostra azienda implementa le politiche dei venditori/fornitori per l'esistenza di processi di due diligence sui diritti umani e sull'ambiente in tutte le attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento?

Per il coinvolgimento nei processi di dovuta diligenza da parte dei sindacati dei lavoratori, delle organizzazioni delle donne lavoratrici, delle organizzazioni di migranti



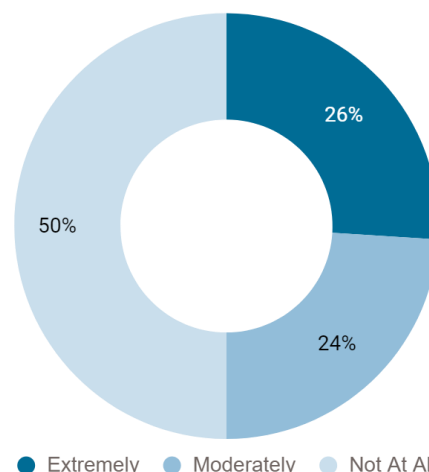
Sulla base di standard internazionali credibili come il codice di base dell'Ethical Trading Initiative, le pertinenti convenzioni delle Nazioni Unite e dell'OIL, le linee guida dell'OCSE per le imprese multinazionali o il Global Compact delle Nazioni Unite

Disporre di processi di audit specifici per le strutture della catena di approvvigionamento



Cessare, prevenire, mitigare e porre rimedio alle violazioni (FIX)

Disporre di meccanismi di whistleblowing o di reclamo



Le risposte dimostrano diversi livelli di implementazione delle politiche dei venditori/fornitori per i processi di due diligence in materia di diritti umani e ambiente in diversi aspetti della catena di approvvigionamento. Mentre alcune aziende hanno implementato politiche in misura estrema in determinate aree, c'è anche un numero significativo di aziende che non hanno implementato alcuna politica o lo hanno fatto solo moderatamente. Il rafforzamento di queste politiche e processi può contribuire a migliorare l'identificazione, la prevenzione e l'attenuazione dei rischi per i diritti umani e ambientali nelle catene di approvvigionamento.

Domanda 21. Si prega di descrivere tutte le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla propria organizzazione con riferimento all'esistenza di processi di due diligence in materia di diritti umani e ambientali in tutte le attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento

Impegno per la sostenibilità e le considerazioni ambientali

Molte organizzazioni sottolineano il loro impegno per la sostenibilità e la conservazione dell'ambiente. Ciò include l'utilizzo di materiali riciclati, l'implementazione di fonti di energia rinnovabili, la riduzione delle emissioni di CO2 e l'implementazione di sistemi chiusi di riciclaggio dell'acqua. Questi sforzi sono in linea con i più ampi obiettivi di sostenibilità e gli standard ambientali.

Processi di certificazione e audit

Alcune organizzazioni menzionano l'uso di processi di certificazione e audit per garantire il rispetto dei diritti umani e degli standard ambientali. Questi metodi di verifica esterna forniscono un modo strutturato per valutare e garantire il rispetto delle pratiche di dovuta diligenza.

Trattamento umano diretto ed equità

Diverse risposte sottolineano l'importanza di un trattamento umano equo e diretto. Sebbene non vengano sempre forniti dettagli specifici sulle pratiche e le politiche esistenti, l'attenzione al trattamento equo suggerisce un impegno per pratiche etiche e umane nella catena di approvvigionamento.

Sfide e rilevanza

Alcune organizzazioni esprimono sfide legate alla pertinenza della due diligence in materia di diritti umani e ambiente per la loro attività specifica. Le imprese più piccole o specializzate possono avere priorità diverse o risorse limitate da dedicare a queste aree.

Limitazioni e mancanza di informazioni

Alcune organizzazioni menzionano limitazioni o mancanza di accesso alle politiche e alle informazioni. Queste limitazioni possono essere dovute alle dimensioni e alla struttura dell'organizzazione o ad altri fattori che incidono sulla sua capacità di attuare i processi di dovuta diligenza in modo completo.

Approcci unici

Alcune organizzazioni descrivono approcci unici, come concentrarsi su catene di approvvigionamento a chilometro zero e utilizzare

filati riciclati, come un modo per affrontare i diritti umani e le considerazioni ambientali. Questi approcci evidenziano l'innovazione nelle pratiche sostenibili.

Sostegno e finanziamenti governativi

Un intervistato menziona la mancanza di sostegno e finanziamenti governativi per le iniziative imprenditoriali sostenibili. Ciò suggerisce la necessità di assistenza esterna e di risorse finanziarie per migliorare i processi di dovuta diligenza.

In sintesi, esiste una vasta gamma di approcci e pratiche tra le organizzazioni del settore della moda per quanto riguarda i diritti umani e la due diligence ambientale nelle loro attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Mentre molti si impegnano per la sostenibilità e utilizzano metodi di verifica esterni, altri possono affrontare sfide legate alle risorse o alla pertinenza con il loro specifico modello di business.

Domanda 22. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione di pratiche e politiche di venditori/fornitori con riferimento all'esistenza di processi di due diligence sui diritti umani e ambientali nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Limitazioni relative alle dimensioni e alle risorse

Molte organizzazioni, in particolare le piccole imprese o le imprese a conduzione familiare, hanno citato le loro risorse limitate come una sfida significativa. Questa limitazione si estende spesso alla disponibilità di personale qualificato e ai vincoli di budget, rendendo difficile l'allocazione delle risorse per le attività di due diligence.

Controllo limitato sulle fabbriche remote

Alcune organizzazioni hanno espresso difficoltà nell'esercitare il controllo o l'influenza su fabbriche remote o partner all'interno della loro catena di

	approvvigionamento. Questa mancanza di controllo può rendere difficile garantire standard coerenti e monitorare la conformità tra entità geograficamente disperse.
Affidarsi a certificazioni di terze parti	Un'organizzazione ha menzionato di affidarsi a certificazioni di terze parti per i requisiti di due diligence. Ciò suggerisce che alcune aziende potrebbero scegliere di dipendere da certificazioni o standard esterni come un modo per garantire i diritti umani e la conformità ambientale, potenzialmente a causa di vincoli di risorse o del desiderio di una verifica indipendente.
Garanzia limitata per le politiche interne dei partner	Un'organizzazione ha evidenziato la sfida di portare marchi rispettabili ma non avere la capacità di garantire le loro politiche interne. Ciò sottolinea la difficoltà di garantire la completa trasparenza e l'allineamento delle pratiche con i partner, il che può essere impegnativo per le aziende che cercano di mantenere rigorosi standard ambientali e in materia di diritti umani.
Mancanza di conoscenza tra i fornitori	Alcune risposte suggeriscono indirettamente che i fornitori potrebbero non essere consapevoli o comprendere l'importanza e la complessità dei processi di due diligence in materia di diritti umani e ambiente. Questa lacuna di conoscenza può ostacolare una collaborazione e una conformità efficaci.
Difficoltà nel reperire personale qualificato	Un'organizzazione ha menzionato la difficoltà di trovare professionisti qualificati nell'industria tessile, in particolare a causa del pensionamento di

personale esperto e della mancanza di interesse da parte dei giovani. Questa carenza di personale qualificato può influire sulla capacità di svolgere efficacemente le attività di due diligence.

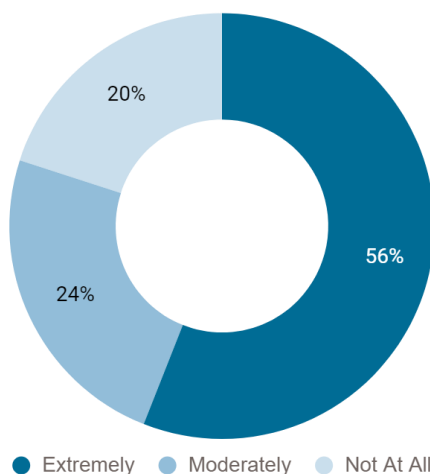
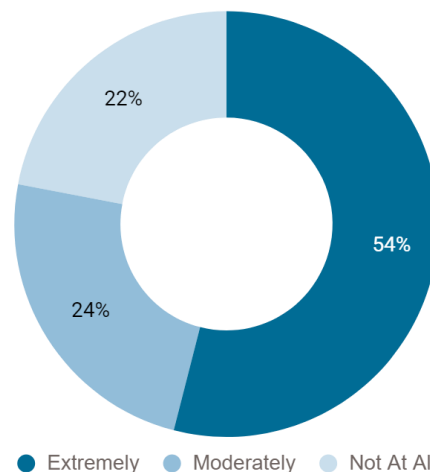
Mancanza di fornitori locali

Alcune organizzazioni hanno notato di non essere in grado di trovare fornitori locali. Ciò potrebbe comportare una maggiore dipendenza da fornitori distanti, complicando il monitoraggio e l'attuazione dei processi di dovuta diligenza.

In conclusione, le sfide legate ai diritti umani e ai processi di due diligence ambientale nella catena di approvvigionamento dell'industria della moda spesso ruotano attorno alla limitazione delle risorse, al controllo limitato sui partner e alla necessità di certificazioni esterne. Affrontare queste sfide può richiedere iniziative a livello di settore, collaborazione con i partner e soluzioni innovative su misura per i vincoli specifici affrontati dalle piccole e medie imprese.

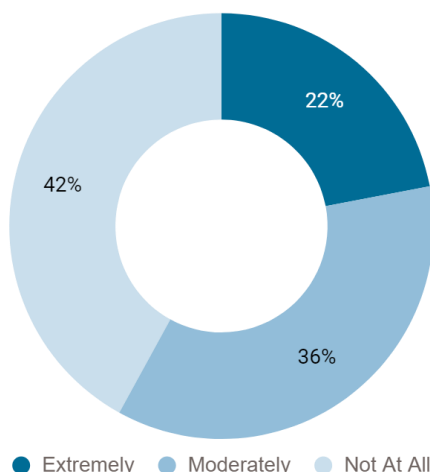
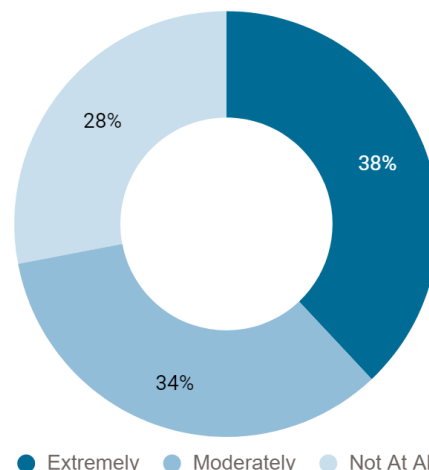
Domanda 23. In che misura la vostra azienda implementa politiche di venditori/fornitori per ridurre al minimo il consumo eccessivo e gli sprechi nelle attività di approvvigionamento e supply chain?

Adottare nuovi modelli di business che supportino la longevità dei capi di abbigliamento, l'estensione della durata e rallentino il consumo di nuovi capi di abbigliamento, come il noleggio e la rivendita



**Rifiuti e riciclaggio
(imballaggi/ufficio/struttura/vendita al dettaglio e prodotti/tessuti)**

Registrare la quantità di scarti di pre-produzione e post-produzione generati annualmente (ad esempio, ritagli, scarti, fili, tessuti di fine rotolo)



Per registrare l'impronta idrica nelle strutture di proprietà e gestite da un'azienda (ad esempio, sede centrale, negozi al dettaglio, centri di distribuzione, magazzini, ecc.)

Nel complesso, le risposte indicano che, mentre alcune aziende hanno attuato politiche in misura significativa per ridurre al minimo il consumo eccessivo e gli sprechi, ce ne sono altre che non hanno adottato tali politiche o lo hanno fatto in misura minore. Esiste una serie di pratiche e approcci quando si tratta di adottare nuovi modelli di business, la gestione dei rifiuti e del riciclaggio e la misurazione dell'impronta dei rifiuti e dell'acqua nelle attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Potrebbero essere necessari ulteriori sforzi per garantire un'attuazione completa e coerente di queste politiche in tutto il settore.

Domanda 24. Descrivi tutte le pratiche e le politiche esistenti di venditori/fornitori già utilizzate dalla tua organizzazione con riferimento alla riduzione al minimo del consumo

eccessivo e degli sprechi nelle attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento

Upcycling e riciclo	Molte organizzazioni sono attivamente impegnate nell'upcycling di materiali o prodotti esistenti per crearne di nuovi. Questo approccio è in linea con il concetto di economia circolare, in cui i rifiuti vengono ridotti riutilizzando e prolungando la durata di vita dei materiali.
Pratiche a rifiuti zero	Diverse organizzazioni hanno adottato pratiche a rifiuti zero, che prevedono la riduzione al minimo della produzione di rifiuti. Ciò include il taglio del modello a rifiuti zero e l'utilizzo efficiente dei resti di tessuto per lasciare pochi o nessun rifiuto.
Approvvigionamento responsabile dei materiali	C'è un'attenzione particolare all'approvvigionamento responsabile dei materiali. Alcune organizzazioni utilizzano materiali a basso impatto ambientale, come i tessuti di lino. In questo modo non solo si riducono gli sprechi, ma si riduce anche l'impatto ambientale dei materiali utilizzati.
Educazione e sensibilizzazione	Molte organizzazioni danno priorità all'educazione dei propri clienti alla sostenibilità. Ciò include educarli sugli aspetti negativi dell'industria della moda, istruzioni per la cura adeguata dell'abbigliamento e abitudini di consumo responsabile.
Produzione locale e produzione in piccoli lotti	Alcune organizzazioni sottolineano i vantaggi della produzione locale, come la riduzione dei tempi di consegna e la capacità di produrre in piccole

	quantità. Questo approccio aiuta a ridurre al minimo la sovrapproduzione e gli sprechi.
Collaborazione con Fornitori Responsabili	Diverse organizzazioni affermano di lavorare con piccole aziende o fornitori noti per le loro pratiche sostenibili. Ciò dimostra una preferenza per le partnership in linea con i loro obiettivi di sostenibilità.
Approccio all'economia circolare	Il concetto di economia circolare è prevalente, con organizzazioni che mirano a creare prodotti riciclabili all'infinito. Alcune organizzazioni promuovono anche il riciclaggio o l'upcycling dei loro prodotti, assicurandosi che non finiscano come rifiuti.
Raccolta differenziata e corretto smaltimento	Vengono menzionati i corretti metodi di separazione e smaltimento dei rifiuti, evidenziando l'impegno per una gestione responsabile dei rifiuti.
Efficienza energetica	Alcune organizzazioni si concentrano sull'efficienza energetica e sulla riduzione del consumo di risorse durante la produzione, come si è visto con iniziative come l'utilizzo di energia verde o pannelli energetici.
Riutilizzo e noleggio dei prodotti	Alcune organizzazioni stanno esplorando le opzioni di riutilizzo e noleggio dei prodotti, allineandosi con l'idea di estendere i cicli di vita dei prodotti e ridurre la necessità di nuova produzione.

Riutilizzo e noleggio dei prodotti

Alcune organizzazioni stanno esplorando le opzioni di riutilizzo e noleggio dei prodotti, allineandosi con l'idea di estendere i cicli di vita dei prodotti e ridurre la necessità di nuova produzione.

Gestione delle scorte morte

Diverse organizzazioni menzionano la gestione delle scorte morte, che comporta la vendita o la donazione di scorte in eccesso o invendute, riducendo così gli sprechi.

Cradle-to-Cradle Design

Alcune organizzazioni stanno adottando un approccio cradle-to-cradle, progettando prodotti con l'intenzione di essere completamente riciclabili e riutilizzati in futuro.

In conclusione, l'industria della moda sta facendo passi da gigante verso la minimizzazione degli sprechi e pratiche sostenibili. I punti in comune osservati nelle risposte indicano un crescente impegno per la circolarità, l'approvvigionamento responsabile, l'educazione e la consapevolezza. Queste pratiche sono in linea con obiettivi di sostenibilità più ampi e contribuiscono a ridurre l'impatto ambientale dell'industria della moda.

Domanda 25. Quali sono le principali sfide che state affrontando nell'implementazione di pratiche e politiche di venditori/fornitori con riferimento alla minimizzazione del consumo eccessivo e degli sprechi nelle sedi dei vostri partner (produttori, fabbriche di assemblaggio, produttori di materie prime, produttori di materiali, logistica)?

Controllo e influenza limitati

Molte organizzazioni riconoscono la difficoltà di esercitare un controllo o un'influenza sui propri partner o fornitori. Spesso lavorano con aziende più piccole o si affidano alla documentazione presentata, il che indica che l'applicazione di pratiche sostenibili lungo tutta la catena di approvvigionamento può essere difficile a causa del controllo limitato.

Vincoli delle risorse

Le limitazioni delle risorse, in particolare i vincoli finanziari, impediscono alle organizzazioni di implementare e monitorare efficacemente le pratiche sostenibili. Ciò include l'impossibilità di visitare i locali o condurre ispezioni in loco, evidenziando le sfide legate alla disponibilità delle risorse.

Considerazioni sui costi

I costi più elevati associati all'implementazione di pratiche sostenibili rappresentano una sfida significativa. Ciò suggerisce che le implicazioni finanziarie dell'adozione di pratiche eco-compatibili possono rappresentare difficoltà per alcune organizzazioni.

Limitazioni del mercato e sovvenzioni

Alcune organizzazioni si trovano ad affrontare sfide legate all'accesso al mercato, in particolare nelle regioni colpite da crisi. Esprimono la necessità di sovvenzioni e sostegno finanziario per facilitare l'adozione di pratiche sostenibili, indicando una dipendenza dall'assistenza esterna per superare le sfide legate al mercato.

Orientamento aziendale verso la sostenibilità

Diverse organizzazioni affermano che le loro aziende non sono orientate alla sostenibilità o alla trasparenza. Ciò indica un disallineamento tra le attuali priorità dell'organizzazione e l'implementazione delle pratiche e delle politiche dei fornitori per la minimizzazione dei rifiuti.

Sfide operative specifiche

Alcune organizzazioni sottolineano sfide operative specifiche legate alla gestione della plastica, alle complessità dell'upcycling, allo smaltimento dei rifiuti e alla mancanza di informazioni. Queste

Consapevolezza del cliente	sfide evidenziano le difficoltà pratiche incontrate nell'attuazione di pratiche sostenibili. C'è un riconoscimento del fatto che la consapevolezza dei clienti sulle pratiche di sostenibilità gioca un ruolo nel plasmare le sfide affrontate. Educare e sensibilizzare i clienti sull'importanza della sostenibilità può essere un fattore chiave.
Costo del ridimensionamento	Diverse organizzazioni affermano che il costo della scalabilità delle pratiche sostenibili è un ostacolo. Questa considerazione sui costi può influire sulla loro capacità di implementare queste pratiche su scala più ampia.
Mancanza di informazioni	Alcune organizzazioni citano la mancanza di informazioni come una sfida. Ciò potrebbe essere correlato alla disponibilità di dati o a lacune nelle conoscenze in materia di pratiche sostenibili.
Il profitto come obiettivo principale	In alcuni casi, l'obiettivo primario del profitto è menzionato come una sfida. Ciò suggerisce che un forte motivo di profitto a volte può essere in contrasto con gli obiettivi di sostenibilità.

In sintesi, le sfide affrontate dalle organizzazioni nell'implementazione di pratiche e politiche di venditori/fornitori per ridurre al minimo il consumo eccessivo e gli sprechi nella catena di approvvigionamento dell'industria della moda sono complesse. Includono limitazioni nel controllo e nell'influenza, vincoli di risorse, considerazioni sui costi, questioni relative al mercato, priorità aziendali e difficoltà operative specifiche. Affrontare queste sfide può richiedere una combinazione di sforzi interni, supporto esterno e iniziative a livello di settore per promuovere la sostenibilità lungo tutta la catena di approvvigionamento.

Domanda 26. Triangolazione: questionario dell'intervistatore

Un. Quali sono le abilità e le competenze più importanti che il personale addetto all'approvvigionamento/supply chain nel caso in cui le aziende debbano avere per gestire i propri venditori e fornitori nell'intera catena di approvvigionamento?

Le risposte sottolineano che il personale addetto all'approvvigionamento/catena di approvvigionamento nel caso in cui le aziende abbiano bisogno di una combinazione di pensiero innovativo, impegno etico e competenze pratiche per gestire efficacemente venditori e fornitori. I manager sono incoraggiati a guardare oltre lo status quo, come esemplificato dall'innovazione di retexcycle derivante dalla non conformità, e a incorporare profondamente la trasparenza e l'onestà nelle loro operazioni. Il rispetto e l'applicazione dei valori legati alla trasparenza sono considerati cruciali, con i manager che svolgono un ruolo chiave nel garantire che questi principi si riflettano in ogni processo e partnership, come nel caso di Sepiia. Inoltre, viene evidenziata l'influenza dei marchi sul comportamento dei consumatori, suggerendo che le tendenze verso la trasparenza e la sostenibilità, come quelle avviate da Hilaturas Arnau, possono influenzare le richieste dei consumatori. Le competenze essenziali identificate per questi ruoli includono l'empatia e le capacità di comunicazione, la flessibilità, l'adattabilità, la gestione del rischio, la capacità di semplificare i processi complessi della supply chain, la conoscenza della rendicontazione finanziaria e dei processi e controlli IT e la comprensione della misurazione dell'impatto. Queste competenze sono necessarie non solo per un'efficiente gestione operativa, ma anche per guidare le aziende verso pratiche più etiche e sostenibili.

B. Quali sono le esigenze più importanti del personale nella gestione dei propri venditori e fornitori lungo l'intera catena di approvvigionamento e fornitura?

Concentrandosi sulle esigenze più importanti del personale nella gestione di venditori e fornitori lungo la catena di approvvigionamento e fornitura, le risposte evidenziano un approccio sfaccettato che intreccia conformità legale, adozione tecnologica e riallineamento strategico. Con la legislazione europea che favorisce sempre più i diritti umani e la protezione dell'ambiente, sta diventando essenziale che le pratiche e le politiche aziendali si allineino a queste leggi. Ciò richiede che il personale sia ben informato sulle proprie pratiche, sottolineando l'importanza delle tecnologie di trasparenza e tracciabilità per soddisfare i requisiti futuri. Le grandi aziende sono invitate a decostruire e ricostruire i loro processi aziendali con la trasparenza come valore centrale, mentre le aziende più piccole e in crescita dovrebbero stabilire questi valori fin dall'inizio, dando priorità alla sostenibilità rispetto al profitto nonostante le sfide. Questo impegno per i processi sostenibili, i diritti umani e le preoccupazioni ambientali è fondamentale. Inoltre, le esigenze del personale includono il rafforzamento legale interno dei processi, l'accesso alle risorse

tecniche, forti capacità di comunicazione, una comprensione più approfondita della catena di approvvigionamento e la consulenza di esperti per riadattare di conseguenza le proprie strategie. Questi elementi sono fondamentali per orientarsi nel panorama in evoluzione dell'approvvigionamento e della gestione della supply chain, garantire la conformità alle normative emergenti e promuovere una cultura di pratiche commerciali etiche e sostenibili.

C. Quali sono le maggiori sfide del personale nella gestione dei propri venditori e fornitori lungo l'intera catena di approvvigionamento e fornitura?

Per quanto riguarda le maggiori sfide affrontate dal personale nella gestione di venditori e fornitori lungo l'intera catena di approvvigionamento e fornitura, vengono evidenziate diverse questioni chiave. Una sfida significativa è superare l'inerzia dei modelli economici tradizionali e creare nuovi sistemi che rispettino i diritti umani e l'ambiente. Un altro grande ostacolo è l'ottenimento di finanziamenti per sostenere pratiche più sostenibili, in particolare perché i costi più elevati associati a queste pratiche possono rendere difficile competere con concorrenti meno sostenibili e a basso prezzo. C'è un appello agli enti pubblici e privati affinché sostengano queste aziende con le risorse necessarie per mantenere le buone pratiche. Inoltre, la recente istituzione di un quadro giuridico da parte dell'UE rappresenta una sfida, in particolare in Grecia, dove i marchi non sono stati pienamente informati delle imminenti legislazioni che entreranno in vigore entro il 2024. La mancanza di un dialogo nazionale sulla transizione verde ed etica dei marchi crea un vuoto nell'educazione ai processi di trasparenza. Questa situazione è aggravata dalle difficoltà di cooperazione con fornitori e venditori, che possono essere riluttanti a condividere le informazioni o non essere essi stessi informati sulla catena di approvvigionamento. Queste sfide sottolineano la necessità di un approccio sistemico che includa il sostegno finanziario, la consapevolezza legislativa e gli sforzi di cooperazione tra tutte le parti interessate per promuovere un ambiente di approvvigionamento e catena di approvvigionamento più sostenibile e trasparente.

7. Conclusioni



Trasparenza della catena di approvvigionamento

C'è bisogno di miglioramenti significativi nel migliorare la trasparenza e gli sforzi di comunicazione in tutto il settore della moda. Molte organizzazioni sono ancora in ritardo nel comunicare in modo efficace le pratiche della loro catena di approvvigionamento relative ai diritti umani e all'ambiente. Il rafforzamento delle misure di trasparenza dovrebbe essere una priorità per le organizzazioni, in quanto è fondamentale per costruire la fiducia con i consumatori e le parti interessate.

Tutela dei Diritti Umani e dell'Ambiente

Le organizzazioni del settore della moda variano notevolmente nel loro livello di controllo e attuazione delle politiche per proteggere i diritti umani e l'ambiente. Sono necessarie ulteriori azioni e miglioramenti nelle pratiche di gestione della catena di approvvigionamento per garantire che i diritti umani e la protezione dell'ambiente siano costantemente prioritari.

Comunicazione con i consumatori

Le aziende differiscono nei loro sforzi per informare i consumatori sulle pratiche della catena di approvvigionamento relative ai diritti umani e all'ambiente. Molti hanno bisogno di migliorare in modo significativo le loro iniziative di trasparenza e di educazione dei consumatori. Educare i consumatori sull'importanza di pratiche sostenibili ed etiche può favorire una maggiore domanda di prodotti responsabili.

Impegno politico

Le istituzioni politiche hanno un discreto livello di coinvolgimento nella protezione dei diritti umani e dell'ambiente nell'industria della moda. Tuttavia, sono necessari sforzi costanti per rafforzare l'impegno politico e i quadri normativi per le pratiche sostenibili. La collaborazione tra l'industria e i responsabili politici può essere determinante per promuovere un cambiamento positivo.



Attuazione delle politiche

Sebbene molte aziende abbiano implementato politiche per pratiche etiche, c'è ancora ampio margine di miglioramento. La valutazione continua e il miglioramento di queste politiche sono essenziali per garantire pratiche responsabili lungo tutta la catena di approvvigionamento. Le aziende dovrebbero prendere in considerazione l'allineamento delle loro politiche con gli standard e le migliori pratiche internazionali per elevare i loro sforzi di sostenibilità.

Sfide generali

Le organizzazioni devono affrontare una serie di sfide, tra cui il controllo limitato, i problemi di trasparenza, i vincoli delle risorse, le considerazioni sui costi, la condivisione limitata dei dati e le certificazioni. Le aziende più piccole devono affrontare ulteriori sfide, come la disponibilità di personale qualificato e tessuti sostenibili. Per superare queste sfide sono necessarie soluzioni innovative, collaborazione nel settore e supporto per le piccole imprese.

Sindacalizzazione e contrattazione collettiva

Le aziende devono affrontare la mancanza di politiche che proteggano la sindacalizzazione e la contrattazione collettiva nelle loro attività di approvvigionamento e catena di approvvigionamento. Coloro che hanno attuato politiche in questo senso dimostrano un impegno per i diritti dei lavoratori, e questo impegno dovrebbe essere più diffuso nel settore.

Adozione di nuovi modelli di business

Le aziende hanno iniziato ad attuare politiche a sostegno di nuovi modelli di business che promuovono la longevità dell'abbigliamento e riducono i consumi attraverso il noleggio e la rivendita. Tuttavia, è necessaria una maggiore integrazione di questi modelli in tutto il settore per guidare un cambiamento duraturo.

Pratiche di rifiuti e riciclaggio

Molte aziende hanno implementato politiche per gestire i rifiuti e il riciclaggio in modo efficace, dimostrando l'impegno a ridurre al minimo la produzione di rifiuti. Si tratta di un passo positivo verso la riduzione dell'impatto ambientale del settore. Sono necessari un monitoraggio e una gestione più completi del consumo di acqua. Ciò riflette una crescente consapevolezza dell'importanza della gestione dell'acqua nell'industria della moda.

Nel complesso, l'industria della moda mostra un ampio spettro di impegno per la trasparenza e la sostenibilità, con leader e ritardatari. Le iniziative a livello di settore, la condivisione delle conoscenze e le best practice sono fondamentali per incoraggiare tutte le aziende a integrare politiche sostenibili nelle attività della loro catena di approvvigionamento. Affrontare le sfide identificate è fondamentale per promuovere la trasparenza, le pratiche responsabili e la gestione ambientale nel settore della moda.

8. Riferimenti



- Asana 2012. Condividere i valori Non c'è niente di speciale [Disponibile all'indirizzo: <https://sharingvalue.wordpress.com/2012/03/13/theres-nothing-special/> (Consultato il 17/2/2016)]
- Doz, Olk e Ring. 2000. Strategie collettive
- UE, 2022. Strategia per una https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_en tessile sostenibile e circolare
- UE, 2022. Regolamento sulla progettazione ecocompatibile dei prodotti sostenibili https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/sustainable-products/ecodesign-sustainable-products_en
- UE, 2021. Prodotto in Europa; Il partenariato manifatturiero nell'ambito di Orizzonte Europa – Agenda strategica di ricerca e innovazione (SRIA). Bruxelles: Commissione europea. [made_in_europe-sria.pdf \(effra.eu\)](#)
- Direttiva UE del Parlamento europeo e del Consiglio, 2011. "Direttiva 2011/36/UE, del 5 aprile 2011, concernente la prevenzione e la repressione della tratta di esseri umani e la protezione delle vittime, e che sostituisce la decisione quadro 2002/629/GAI del Consiglio" *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, 14 aprile 2011, Bruxelles: UE.
- Eggers e MacMillan 2013 performance di SE fatturato 2,1 trilioni \$ economia mondiale, se numero in crescita 15,1% annuo.
- Rete globale di impact investing, 2015
- Indice globale sulla schiavitù, 2018. *Indice globale di schiavitù 2018*. USA: Fondazione Walk Free
- Hamphreys, P et al. 2009. Co-creazione: nuovi percorsi di valore. Impresa LSE. Promessa: Regno Unito
- Harding, R 2013. L'imprenditore collaborativo. Cooperatives UK: Manchester [Disponibile all'indirizzo: https://www.uk.coop/sites/default/files/uploads/attachments/the_collaborative_entrepreneur.pdf (consultato il 16/2/2016)]
- Hochstadter e Scheck, 2015; Mercato degli investimenti sociali di Teasdale 2012
- Kelley, B. 2012. Procedure consigliate per l'innovazione da Microsoft. Microsoft. [Disponibile all'indirizzo: <http://www.innovationexcellence.com/blog/2013/10/02/best-practices-for-innovation-from-microsoft/> (Consultato il: 02/17/2016)]
- Partnership Kolk, Rivera-Santos e Ruddin 2013
- Londra, T. 2008. La base della prospettiva piramidale: un nuovo approccio alla riduzione della povertà. Atti della riunione annuale 2008 dell'Academy of Management. [Disponibile all'indirizzo: <http://www.pitt.edu/~mitnick/MESM10/LondonBaseofPyramidAoM08Proceedings.pdf> (URL consultato il 28/02/2106)]
- Londra, T. e S.L. Hart 2004. "Reinventare le strategie per i mercati emergenti: oltre il modello transnazionale", *Journal of International Business Studies*, 35: 350-370.



- Morris, D., 2020. *promuovere il cambiamento attraverso gli appalti pubblici; Un kit di strumenti sui diritti umani per i responsabili e gli operatori delle politiche di approvvigionamento*, Danimarca: Istituto danese per i diritti umani.
- Nahi, T. 2012. Co-creazione alla base della piramide. Atti della Corporate Responsibility Research Conference 2012 [Disponibile all'indirizzo: http://www.crrconference.org/Previous_conferences/downloads/crrc2012nahi.pdf (consultato il 28/02/2016)]
- Narayanan, V.K., Yang, Y. & Zahra, S.A. 2009. Corporate venturing e creazione di valore: una revisione e una proposta di quadro. *Politica della ricerca*, vol. 38, pp 58-76.
- Pasquinelli, I. 2012. Il piccolo potrebbe essere il nuovo grande per l'industria della moda? Tutore professionista. Ethical Fashion Consultancy [Consultato il: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/fashion-industry-trends-innovation-small-business> (Consultato il 17/2/2016)]
- Petkova, I. 2014. Strategia di co-creazione nei nuovi regimi tecnologici su Internet: come i nuovi imprenditori digitali influenzano gli operatori storici maturi nel settore della moda. Dottore in Filosofia. Università della Columbia: NY
- Prahalad, C.K. e Ramaswamy, V. 2004. Co-creare valori unici con i clienti. *Strategia e leadership*. Vol. 32 (3) pp.4-9
- Atti della riunione annuale 2016 dell'Academy of Management. Legittimità cognitiva delle iniziative di social business: un'analisi dei business plan.
- Atti della riunione annuale 2016 dell'Academy of Management. Le imprese sociali come azione collettiva: mobilitare le risorse per il successo del mercato di massa.
- Todeva, E. e Knoke, D. 2005. Alleanza strategica e modelli di collaborazione. *Decisione di gestione*, vol 43(1).
- Wikström, Solveig 1996. Creazione di valore attraverso l'interazione azienda-consumatore. *Giornale di gestione del marketing*, 12: 359–374.
- Zafeiropoulou, F.A. (2022) "Come trasformarsi in catene di approvvigionamento aziendali verdi, digitali, sostenibili, etiche e circolari nell'industria tessile e della moda basate sulla teoria dei sistemi", Posto-Dottorato di ricerca, Atene: Dipartimento di Economia e Commercio dell'Università di Atene di
- Zafeiropoulou, F. e Moskoff, H., 2019. "Athens Pilot" nella sessione plenaria di alto livello 1: Approcci internazionali e nazionali nell'affrontare la schiavitù moderna, il lavoro forzato e i rischi della tratta di esseri umani negli appalti pubblici, *Conferenza internazionale sulla lotta alla schiavitù moderna, al lavoro forzato e alla tratta di esseri umani nelle catene di approvvigionamento del settore pubblico*, Ministero dell'Interno del Regno Unito, OSCE e Iniziativa per il commercio etico, 27 marzo 2019, Londra: Queen Elizabeth II Conference Centre
- Zafeiropoulou, FA (2016) "Franchising sociale" in Hoy, F., Terry, A. e Perrigot, R. (a cura di) *Il manuale di Edward Elgar sul franchising USA*: Edward Elgar Publishing
- Zafeiropoulou, F.A. (2013) *Il processo del nuovo formato inter-organizzativo del franchising sociale da un approccio alla teoria delle reti sociali: istituzioni, profilo dell'imprenditoria sociale, innovazione e argomento dell'incorporazione*. Dottore in Filosofia. Archivio di ricerca della Brunel University: Middlesex [Disponibile all'indirizzo: <http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/8970>]



- Zafeiropoulou, F.A. (documento di lavoro) "Strategie di scalabilità delle imprese sociali; Il modello di franchising sociale" International Small Business Journal (valutazione 3*)
- Zafeiropoulou, F.A. e Soderquist, E.K. (documento di lavoro) "Il modello di imprenditoria sociale; Un approccio sistemico delle dinamiche delle istituzioni e dell'embeddedness nella formazione dell'imprenditoria sociale" American Management Journal (4*rating)
- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D (2014) "L'influenza del paradigma del marketing relazionale sulla governance del nuovo formato di canale chiamato social franchising: un'analisi qualitativa esplorativa di quattro franchising sociali del Regno Unito" Journal of Developmental Entrepreneurship; Numero speciale sul marketing culturale e l'imprenditorialità: nuove frontiere per il business globale, Vol. 19(2) pp10-24
- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D. (2012) "L'influenza del paradigma del marketing relazionale sulla struttura di governance del nuovo formato di canale chiamato Social franchising; Un'analisi qualitativa esplorativa di quattro franchising sociali del Regno Unito" International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation (Inderscience Publishers) Vol. 1 No.4, pp.404-418
- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D. (2013) "L'influenza dell'integrazione relazionale sulla formazione del Social Franchising; Un'analisi qualitativa esplorativa di quattro Social Franchise attivi nel Regno Unito dal punto di vista della teoria dei social network" Journal of Marketing Channels, Special Issue, Vol.20, No.1/2, pp.73-89
- Zafeiropoulou, F.A. & Woods, A. (2012). I problemi della povertà possono essere affrontati attraverso l'emergere di franchising sociali relazionalmente radicati? In D. Halkias e P.W. Thurman (a cura di), Imprenditorialità e sostenibilità: soluzione aziendale per la riduzione della povertà da tutto il mondo (pp 185-198). Londra: Gower Applied Research.

9. Appendici



- I. Questionario sul caso di studio**
- II. Questionario sulle migliori pratiche**
- III. Questionario per gli intervistatori**



Appendix I

TRA/MA - Case Study Questionnaire

This is a research conducted by Athens University of Economics and Business on Transparency on behalf of the European Commission Erasmus+ under the authorization code TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985

All data provided is confidential, protected by the University Research Code of Conduct and the relevant EU and National laws for handling personal and organizational information and data. The collection of data is performed through the partners of the University under this project who are equally bound by the same confidentiality terms. AUEB Ethics and Data Protection read [here](#).

Consortium: ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS - RESEARCH CENTER Greece, ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN SL, Madrid, Spain, Fashion Revolution Ceska republika ZS, Prague, Ceska republika, FRAMEWORK associazione culturale, Torino Italy, & We love you communication AB, Stockholm, Sweden.

Please view here the IP Agreements of all partners [here](#) and the GDPR rules and regulation [here](#).

Fashion Revolution publishes yearly the Fashion Transparency Index (FTI) scoring 250 of the biggest global brands. You can view here the list for FTI 2022 <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>.

TRANSPARENCY MANAGER is an innovative job profile, aimed at inserting sustainable and ethic practices in the Procurement and Supply Chain Management activities of the fashion value chain. A FASHION TRANSPARENCY MANAGER, is a professional specialized in understanding the fashion value chain and ensuring actors operating in it follow ethic, responsible and sustainable practices.

Your organisation is selected to participate at this research because you are considered a case example in ethical and sustainable supply chain management or/and procurement practices.

Please answer the following questions according to the practices and measures employed by your organisation with reference to the following topics.

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

* Indicates required question

Main information

1. City, Country *

2. Type of Organization (brand, retailer, service provider, tech, etc) & type of industry (fashion, furniture, cosmetics etc) *

Reply to the following questions based on your personal opinion

3. To what extent is your organization controlling the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors in your entire supply chain? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

4. To what extent does your company inform consumers about the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

5. To what extent are the political institutions (EU & national governments) involved in the protection of human rights and the environment in the premises of fashion businesses, suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

6. To what extent does your company place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

The Following Section Refers to the Importance of the Protection of Labor and Human Rights in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

7. To what extent does your company implement the following vendors/suppliers policies for protecting decent work and purchasing practices across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To prevent Harassment & Violence	☐	☐	☐
To prevent Child Labour (Labour Rights & Policies)	☐	☐	☐
To prevent Forced & Bonded Labour	☐	☐	☐
To promote policies covering human rights standards and procedures across the supply chain	☐	☐	☐

8. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting decent work and purchasing practices

9. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting decent work and purchasing practices **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

10. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for protecting Unionisation & collective bargaining across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

11. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining

12. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

13. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for Divesity & Inclusion across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

14. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to promoting diversity & inclusion (e.g. gender equality, equal pay, racial equality)

15. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to promoting the diversity & inclusion **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of Governance policies in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

16. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the accountability of a board member or the board committee for human rights and environmental issues across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

17. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the accountability of your board members or your board committee for the protection of human rights and environmental issues

18. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the accountability of your board members or your board committee for human rights and environmental issues in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)?

The Following Section Refers to the Importance of Traceability in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

19. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the traceability of products and services across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
Traceability of tier one factories	☐	☐	☐
Traceability of processing facilities	☐	☐	☐
Traceability of raw materials	☐	☐	☐

20. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners (e.g. digital passports, QR codes, etc)

21. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners

The Following Section Refers to the Importance of the Existence of Human Rights and Environmental Due Diligence Processes in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

22. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
for the involvement in due diligence processes by worker unions, women workers organisations, migration organisations	☐	☐	☐
Based on credible international standards such as the Ethical Trading Initiative Base Code, relevant UN and ILO Conventions, OECD Guidelines for Multinational Enterprises or the UN Global Compact	☐	☐	☐
To have specific supply chain facilities audit processes	☐	☐	☐
Cease, prevent, mitigate and remedy violations (FIX)	☐	☐	☐

violations

(FIX)
To have

whistleblowing
To have
or grievance
whistleblowing
mechanism

or grievance

mechanism

☐
☐
☐

23. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities

24. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of the Minimisation of Overconsumption and Waste across the Organizations Supply Chain Activities

25. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To adopt new business models that support clothing longevity, extended lifetime and slow down consumption of new clothing such as renting and reselling	☐	☐	☐
Waste & Recycling (Packaging/Office/Facility/Retail & Product/Textiles)	☐	☐	☐
To record the quantity of pre-production & post-production waste generated annually (e.g. offcuts, scraps, threads, end of roll fabrics)	☐	☐	☐
To record the water footprint in company's owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, etc.)	☐	☐	☐

26. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities

27. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the minimisation of the overconsumption and waste **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)
-

The Following Section Refers to the Importance of the Integration of UN Sustainable Development Goals (UN SDGs) for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

28. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To have a sustainable raw material strategy	☐	☐	☐
To reduce the virgin plastics for packaging	☐	☐	☐
To record the annual carbon footprint or GHG emissions in owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, transport and mail orders, etc.)	☐	☐	☐

29. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities

30. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix II

Transparency Manager in the Fashion Industry-TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985 Company description for the website

Fill in the following questions having in mind that this is how we will introduce your organisation in our website. This is public material and by filling in you consent to their usage on public channels for the educational project of TRA/MA funded by the European Commission.

* Indicates required question

1. What is the name of the organisation *

2. What is the description of the company *

3. What is the type of the organisation (retailers, wholesaler, producer, service provider, etc) *

4. what is your Facebook link *

5. what is your Instagram link *

6. what is your website link *

7. we would like to include a quote about your company: How important is it for you the protection of the climate, our planet and human rights" *

8. Please upload your logo *

Files submitted:

9. Please upload here 2 high quality photos that best represent your organisation. Please make sure that your photos have the title of your company. *

Files submitted:

Thank you for providing your communication material!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix III

TRAMA Interviewers Questionnaire

This questionnaire refers to the knowledge you have gained from performing the 10 case studies.

Here you can write everything you have understood from the interviewees, from the website of the company and from the secondary data (website) search that you did on the company.

This section refers only to the role of the staff in a company that deals with vendors and suppliers (incl buyers, procurement staff, supply chain relationships staff)

* Indicates required question

1. YOUR COUNTRY *

2. Interviewer name

This section of questions refers to what you have learned from the 10 cases that you have studied.

3. In my opinion, the staff of these case companies believe it important to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

4. In my opinion, society believes it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

5. In my opinion, the political institutions (EU & national governments) believe it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

6. In my opinion, the organisations that I researched have in place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat important
- ☐ Very important

7. What are the most important skills and competences that the procurement/supply chain staff in the case companies need to have in order to manage their vendors and suppliers in their entire supply chain? *

8. What are the most important needs of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

9. What are the biggest challenges of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms